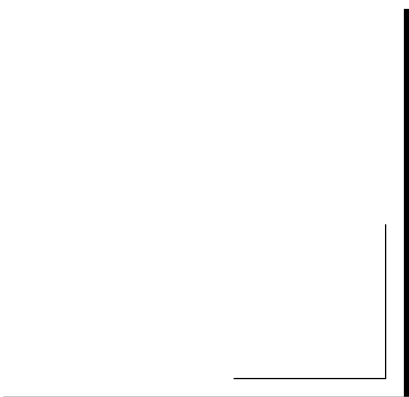




**Метод
конкретной
ситуации**
(опыт НКО юга России)



Краснодар
2003



**Метод конкретной ситуации (опыт НКО юга России).
Краснодар, ЮРРЦ, 2003. 120 стр.**

**Автор-составитель – В.Птицын. Художник – В. Куликов.
Редактор – И. Доминова**

В данной брошюре представлена технология проведения обучающих мероприятий по методу анализа конкретных ситуаций (case-study) и описание конкретных ситуаций, подготовленные сотрудниками Южного регионального ресурсного центра. Брошюра предназначена для тренеров, консультантов, специалистов в сфере обучения взрослых, а также руководителей некоммерческих организаций.

Автор отдельно благодарит за предоставленные материалы и помощь в подготовке брошюры Б. Жогина, К. Кононович, К. Дробота, Я. Дружинину, А. Киселеву, А. Савченко, Т. Лыскину, а также представителей некоммерческих организаций гг. Армавира, Ставрополя, Ростова-на-Дону, Новочеркасска, Новороссийска, Сочи, Краснодара, Воронежа, Пятигорска, Минеральных Вод.



Данное издание осуществлено при финансовой поддержке
Агентства международного развития США по программе «Укрепление и
развитие российских некоммерческих организаций», осуществляемой
Советом по международным исследованиям
и обменов (АЙРЕКС)



Птицын Василий Николаевич

Менеджер тренинговых и обучающих программ Краснодарской региональной общественной организации «Южный региональный ресурсный центр». Тренер, консультант, коуч. Профессиональная деятельность включает в себя: разработку, организацию и проведение обучающих программ и мероприятий, изучение

потребностей в обучении, оценку эффективности обучающих программ.

Преподаватель кафедры связей с общественностью и социальных коммуникаций Кубанского государственного университета, аспирант кафедры политологии и политического управления Кубанского государственного университета. Проводит семинары и консультирует НКО по темам: «Стратегическое планирование», «Лидерство. Формирование команд», «Организационное развитие», «Управление персоналом», «Связи с общественностью в организации», «Фандрайзинг в НКО», по развитию коммуникативных навыков, проводит тренинги личностного роста и т.д.



Разбор полетов, или Учитесь на ошибках других

Вот уже второй год подряд в Южном региональном ресурсном центре практикуют такой вид обучающей методики, как case-study. Но до сих пор еще немногие лидеры третьего сектора на юге России, да и в стране в целом, знают, что это такое. Именно поэтому и появилась книга, которую вы сейчас держите в руках.

Содержание и качество отечественного образования — Terra Incognita. И первая проблема здесь — кейсы. В зарубежных школах бизнеса работа с кейсами — то же самое, что для балерины ежедневный экзерсис у станка. В знаменитом Гарварде, где впервые была применена методика case-study, разбору кейсов посвящают до девяноста процентов рабочего времени. А в России кейсы все еще экзотика.

Несколько лет назад американский маркетолог Филипп Котлер, ав-

тор известного учебника по маркетингу, решил создать коллекцию русских кейсов. Для этого он искал в России партнеров и авторов, которым готов был платить гонорар от одной до двух тысяч долларов за кейс. Однако попытка Котлера не увенчалась успехом — найти желающих он не смог.

Кейс — новое для российского менеджмента явление. Российских кейсов пока мало, а их разработка сопряжена с рядом трудностей. В России сейчас написано примерно 500-700 кейсов на материале отечественных компаний. В российских бизнес-школах кейсам обычно уделяется десять-пятнадцать процентов времени, что, по мнению преподавателей и слушателей, просто караул.

Если говорить о кейсах в сфере образования для некоммерческих организаций, то их просто нет. Робкие попытки некоторых корифеев третьего сектора в этой области заслуживают уважения, но предметно данной работой никто серьезно не занимается. А ведь кейсы можно сравнить с золотым запасом страны, но только в сфере образования.

К тому же, русских кейсов мало, и не все хорошие. Но на сегодняшний день их много быть и не может.

У нас не так много НКО, готовых рассказать о том, как они на самом деле осуществляют свою деятельность.

Есть темы, которые прикрыты кейсами не хуже западных. Например, по ведению бухгалтерского учета в НКО и изменениям стратегии организации. Дефицит хороших кейсов характерен для тематики, которая затрагивает проблему внутреннего устройства организации: построение организационной структуры, эффективных горизонтальных коммуникаций, внедрение системы мотивации и т.д. Причина в том, что менеджеры НКО не осознают эти проблемы. Поэтому заказы на консультационные исследования в этой области отсутствуют. Отсюда и дефицит информации для кейсов.

Кейс — это специально подготовленный материал с описанием истории конкретного проекта или программы, на основе которого можно развивать у слушателей профессиональные навыки: способность к анализу, принятию решения, умение работать в команде, поиск дополнительной информации и т.д.

Задача любого кейса — сделать из человека «лицо, принимающее решения». То есть умеющего анализировать деловую ситуацию по отработанной схеме, вырабатывать решения, затем, используя свой багаж теоретических знаний, реализовать его в реальной среде. В этом случае эффективность обучения максимальна, и вы получаете разумный результат.

Нужно преодолеть психологический фактор — нежелание менять привычные схемы в учебном процессе. Мешает привычка — как преподавателя, так и участника обучения — делать ставку на семинары и тренинги как основной вид учебной нагрузки.

Разбор кейса предполагает коллективную работу, а руководители НКО, по их словам, не привыкли делиться работой. Им легче все взвалить на себя и довести до конца.

К тому же, например, большинство гарвардских кейсов пишутся двумя людьми. Один из них — студент или выпускник бизнес-школы, работающий в данной компании и владеющий фактографией, а второй — преподаватель, который владеет методикой case-study и помогает студенту сделать кейс красиво и грамотно. Готовый кейс публикуется на сайте компании и в сборниках бизнес-школы.

Подготовка кейса гарвардского формата обходится в несколько десятков тысяч долларов. Расходы покрывают компания и бизнес-школа. В российских НКО за написание кейса гонорар не выплачивают, предпочитая «покупать» тренера вместе с кейсом.

С другой стороны, тренеров, знающих о case-study не понаслышке (тех, кто учился в западных бизнес-школах или на семинарах по написанию и преподаванию с помощью кейсов), не так уж много. Впрочем, талантливому тренеру для проведения занятия по кейсам достаточно ознакомиться с пособиями разных западных школ, которые «висят» в Интернете. Чтобы написать кейс, необходимо знать организацию изнутри, поэтому все ведущие тренеры занимаются практически консалтингом. Однако получить «добро» от НКО на написание кейса чрезвычайно сложно, зачастую просто невозможно.

Еще одна проблема — достоверность кейса.

Проблема достоверности не в мелочах, а в правде жизни. Кейс может содержать и придуманные обстоятельства. Но главное, чтобы была реальная интрига, завязка ситуации.

Чтобы реально представить себе проблему получения информации для кейса в России, объясним, что такое современный гарвардский кейс. Это 20—25 страниц текста. Для его написания требуется очень много информации. Например, кейс про конкурентную борьбу местной компании, производящей мороженое в Саудовской Аравии, с крупной компанией — производителем мороженого мирового масштаба. В нем заложена информация о структуре компании, владельца, дана схема организации, избранные данные о населении и организации маркетинга в стране. Есть данные об организации распространения, ассортименте продукции, которую выпускает местная компания, сведения о доходности ее брендов, распространении бренда по типам торговых точек, затратах компании по маркетингу мороженого (где и сколько тратит на рекламу), валовой выручке от продаж. И прочее и прочее. Возможно ли прийти в родную НКО и написать такой кейс?

Кейс — это буквально «случай», поэтому важно, чтобы он был разработан с известной изюминкой, интригой... Хороший кейс не

оставит слушателя равнодушным, он вызывает недоумение, будоражит любопытство и профессиональный интерес.»

У американцев есть определенные требования к стилю написания кейса: он должен быть написан живо, чтобы читался, как художественная литература. Примерно так: «Смит посмотрел в окно, почесал затылок и подумал: «Позвонить мне Мэри-Энн или не позвонить?» Менталитет русского человека такого вынести не может: «Про нашего Иван Петровича — в таком развязном тоне? Как это возможно!» Да, у нас в стране такое невозможно, руководители не хотят выступать в роли «учебного материала».

Но тут мы сталкиваемся с еще одной бедой кейсов — дефицитом времени. Классические кейсы некогда писать тренерам и некогда читать слушателям. По словам выпускников западных бизнес-школ, самостоятельная работа над кейсом занимает от трех до восьми часов, а его разбор и презентация на занятии — от двух до 16 академических часов.

Поэтому в российской практике используются не столько классические кейсы, сколько мини-кейсы, которые рассматривают тот или иной аспект деятельности организации в соответствии с изучаемой темой.



Кейсы, которые я провожу, одно-пятистраничные, просто задана ситуация, и все. И на основе знаний, вытекающих из предмета, надо четко решить вопрос, с которым любая НКО может столкнуться в реальной деятельности. Обсуждать особенно нечего, просто надо вчитаться в ситуацию, подумать и решить вопрос. Мини-кейс можно прочитать непосредственно перед обсуждением.

Кейс - это творческое задание на развитие мышления менеджера. Вы должны, проанализировав большой объем информации по кейсу, выработать правильный алгоритм принятия решений в принципе любых, а не в отдельно взятой ситуации.

Кейс в первую очередь направлен на формирование у слушателей управленческого мировоззрения, он требует широких знаний. Практическая ситуация предполагает наличие ограниченного числа решений, в кейсе же не может быть единственного решения. В классическом кейсе значимая для принятия решения информация составляет 20 процентов, остальное — фон. В мини-кейсах именно фоновая информация приносится в жертву ради экономии времени.

На самом деле русские кейсы третьего сектора — вопрос времени. Пусть пока они не востребованы рынком, но тяга к реальному и пройденному у сотрудников НКО очерчивается все более четко. Ведь человек эффективнее всего учится на ошибках других и своих победах, а значит, за кейсами будущее.

*«Пока мы не свободны думать для самих себя,
несвободны и наши мечты»
Н. Клайн*



I. Технология подготовки и анализа конкретной ситуации

**1. Кому и почему нужно читать
эту брошюру?**

Мы живем в век информации, в век тотального господства информации. Количество информации, которое необходимо человеку (сотруднику) для выживания и деятельности в современных условиях, нарастает в геометрической прогрессии, диктуя все новые и новые стандарты качества, которыми должны обладать специалисты, желающие успешно заниматься деятельностью в организациях любого типа. Если раньше специалист, имеющий достаточно обширные знания, которые он должен был использовать в малоизменяющейся системе деятельности, добивался успеха, всего лишь логически обосновывая выводы при решении проблем, то сегодня рынок и рыночные отношения перевернули все. Раньше специалисты со структурно-логической схемой мышления находили себе применение в структурах государственного типа, сегодня на смену логике пришли интуиция и творчество. Если раньше статичная система не требовала от специалиста способностей к созданию и созиданию, то сегодня успешным может считаться только тот специалист, которые строит будущее вопреки прошлому и настоящему. Конечно, вышесказанное утверждение не предполагает полного отказа от логики и процедур анализа. Сегодня на смену стабильности пришла непредсказуемость, а это потребовало пересмотра качества подготовки специалистов и процесса их подготовки.



Мы попытались в этом методическом труде обобщить и изложить свой опыт подготовки специалистов для третьего сектора с использованием методики «разбор конкретной ситуации» (case-study). Полагаем, что данный труд будет полезен специалистам, занимающимся подготовкой специалистов для НКО, руководителям некоммерческих организаций, а также консультантам в сфере подготовки кадров.

Давайте же посмотрим, в чем отличие стандартных образовательных методик от предлагаемой.

Когда идет речь об обучении, обычно совершенно неосознанно под этим понимается деятельность коллектива учебного центра или ресурсного центра, в первую очередь его тренеров. Обучение автоматически ассоциируется с тем, чему учат тренеры, что дает студентам учебный центр. То есть обучение отождествляется с тренерством. Однако очень важно понимать, что обучение — это отнюдь не одно и то же, что и тренерство. Обучение — это не то, что тренер дает обучаемому. Обучение — это то, что обучаемый получил от взаимодействия с тренером в целом, и в частности с другими участниками обучения. Если говорить более точно, обучение — это те изменения, которые происходят в обучаемом в результате многопланового взаимодействия.

Никогда не бывает так, чтобы обучаемый полностью воспринимал то, что дает ему тренер. Всегда существует разрыв между тем, что получает обучаемый, и тем, чего желает добиться тренер. В том же

случае, когда обучение касается таких сложных и многогранных изменений, как формирование у обучающегося определенного отношения к различным сторонам жизни и выработка у него определенного поведения, разрыв между преподаванием и обучением иногда бывает столь большим, что может возникнуть вопрос об оправданности проведения учебного процесса.

К сожалению, при подготовке специалистов в некоммерческом секторе наблюдается очень большой разрыв. На наш взгляд, это связано с тем, что в некоммерческий сектор приходят специалисты без предварительной подготовки в сфере менеджмента, при этом не понимая, что третий сектор — динамически изменяющаяся система с очень высокой амплитудой изменения.

Рассмотрим вкратце, в чем состоит отличие между преподаванием и обучением.

Первое различие состоит в том, что эти процессы имеют различный акцент внимания. В случае преподавания (тренерства) внимание концентрируется на «входе» учебного процесса, то есть на том, что дается обучаемому. Для обучения же важна концентрация на «выходе». При этом участник самостоятельно оценивает полученное в ходе обучения не столько с точки зрения содержания, сколько с точки зрения дальнейшего применения в собственной деятельности.

Второе отличие состоит в том, что чаще всего знания получают отдельно заданными темами, например: стратегическое планирование, фандрайзинг, работа с добровольцами, взаимодействие с властью и т.д. При этом тренеры преподносят участникам обучения готовые методы, технологии, теории и т.п. Если же посмотреть на то, какие знания участник обучения получает в случае самостоятельного конструирования полезных только для него знаний, то это знания, неразрывно связанные с реальностью, с которой сталкивается в повседневной жизни обучаемый. Как отметил Стивен Ковей, «наш наиболее важный финансовый актив — это наша способность зарабатывать». Ведь не бывает в организациях проблем планирования или проблем фандрайзинга, а бывает отсутствие планов и средств.

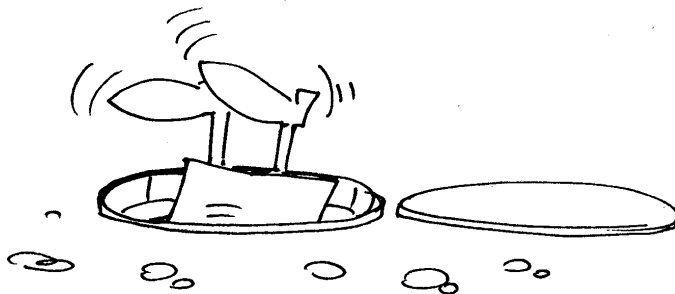
Третье отличие состоит в том, что преподавание отражает учительский взгляд на явления и процессы, а обучение — взгляд обучаемого. Ведь преподаватель, тренер, консультант рассуждает исходя из собственного мироощущения и восприятия ситуации, исходя из собственных ресурсов. А ведь у обучаемого сугубо свое видение ситуации и сугубо свои ресурсы и исходные точки. И задача обучения состоит в том, чтобы обучаемый самостоятельно определил свою проблему, изменил свое отношение к ней и разработал собственные инструменты решения этой проблемы.

Четвертым различием, существующим между преподаванием и обучением, является то, что эти процессы находятся под воздействием различных групп влияния: в случае с преподаванием это доноры, грантодатели и сотрудники ресурсных центров, а в случае обучения это только лично руководитель НКО, сотрудники НКО и их клиенты.

Исходя из вышесказанного очевидно, что учебный процесс должен быть ориентирован не на передачу знаний и развитие навыков, а на формирование определенного отношения и стиля поведения в каждой конкретной рабочей ситуации.

Одним из методов, который ориентирован на изменение стиля поведения и формирование отношения, является метод ситуационного обучения или обучение на примере разбора конкретной ситуации.

*«Не ждите лидеров.
Делайте это сами, человек человеку»
Мать Тереза*



2. Почему нужно писать и анализировать кейсы?

Давайте посмотрим, какие отличительные черты характерны для обучения специалистов третьего сектора, какие специфические черты делают его особым типом обучения, требующим применения специальных методов обучения и использования специфических по содержанию и по форме подходов к построению учебного процесса. Уяснение данных вопросов необходимо, чтобы понять то, каким должно быть управленческое образование, и то, какие методы следует использовать для эффективного достижения целей обучения.

Первое яркое отличие заключается в том, что традиционное обучение ориентировано на изучение «чего-то», а специалистов для НКО необходимо учить «чему-то». То есть в традиционном университетском образовании сердцевиной учебного процесса является набор знаний, которые передаются студенту. Говоря об учебе, и преподаватели, и студенты основное внимание обращают на то, что преподается студентам и что они получают. В случае обучения в социальной сфере предмет (набор знаний), преподаваемый обучаемому, сам по себе не имеет главного значения. Главным является то, какие дополнительные возможности открылись перед обучаемым в результате того, что он научился чему-то.



В обычном образовании взгляд в основном обращен в прошлое и суть его состоит в том, чтобы определить причинно-следственные связи между фактами, определить логику и концептуализировать это в виде некой теоретической модели. Сотрудник некоммерческой организации, участвующий в обучении, ориентирован в будущее. Именно поэтому очень часто, и это отлично известно тренерам и консультантам, на тренинге и в ходе консультирования спонтанно возникают сессии по схеме «вопрос—ответ». В какой-то момент времени участники тренинга осознают тот простой факт, что теории, технологии и модели, которые преподносит им тренер, не будут работать в их повседневной действительности, и звучит первый вопрос: «То, что вы рассказали, здорово, но в нашей организации все происходит иначе и хотелось бы узнать, что нам делать...». И далее обучаемый излагает конкретную ситуацию, которая его беспокоит. Он ставит цели и пытается предвидеть возможные последствия их решений и действий.

Стоит также отметить, что в случае традиционного образования упор в учебном процессе делается на содержание, при этом абсолютно не учитывается то, как происходит процесс передачи содержания. А ведь качество коммуникации в процессе обучения и процесс ее организации имеет важнейшее значение, потому что именно это и определяет отношение обучаемого к предмету, знаниям и к самому себе.

Такое различие в подходах к процессу обучения в определенной мере связано с тем, что в традиционном образовании происходит

обучение «правильным» знаниям и действиям. Важнейшей посылкой обучения в данном случае является априорное представление о том, что теории несут в себе абсолютно верные знания, что в них дается правильный ответ на те вопросы, которые может поставить жизнь, и что тренеры и консультанты знают эти правильные ответы и дают участникам «правильные» знания. В случае обучения на конкретном примере обучаемые учатся выявлять и устранять проблемы, которые всегда ситуационны и конкретны. Хотя при этом требуется наличие у человека определенных знаний, в то же время в гораздо большей мере требуются пронизательность, способность к диагностике проблем, умение идентифицировать проблему и, что очень важно, умение понять ее специфику, ее особенности, ее отличие от других проблем. Это принципиальное различие проявляется, в частности, в том, что при обучении «правильному» знанию и действиям ошибка наказуема. Отклонение от «правильного» является ошибкой. Причем очень часто на тренингах такая ошибка, разумеется с подачи тренера, наказывается публично и всей группой участников. В случае, когда мы обучаем выявлению и устранению проблем, ошибка выступает основой учебы. На ошибках учатся. Поэтому одним из важнейших методических отличий обучения на примере разбора конкретной ситуации является то, что в нем не считается важным выявить ошибку, как это происходит в традиционном образовании. Здесь налицо стремление дать возможность обучаемому самому понять, что он сделал ошибку, предоставить ему возможность исправить ошибку и поощрить его за ее исправление. То есть в данном случае речь идет о том, как правильно применять знания и опыт.

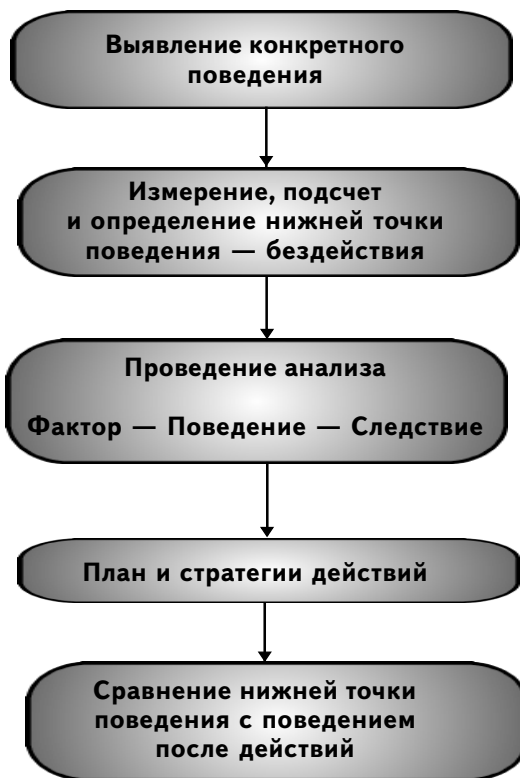
В случае обучения на конкретном примере также поощряется эффективное самоуправление обучаемого. Фредерик Канфер предложил модель из трех стадий, полезную для приложения к методике, о которой мы повествуем.

Рисунок 1 Модель саморегулирования по Канферу



Согласно этой модели, когда какая-либо ситуация нарушает нормальную структуру работы, человек начинает проверять себя. Это Канфер называет саморегулированием. Предполагается, что саморегулирование происходит быстро и почти неосознанно, но именно оно формирует и сохраняет у людей структуру поведения в профессиональной ситуации. Ведь именно наше видение мира в каждый конкретный момент определяет наши действия. Бихевиористы считают, что люди имеют тенденцию повторять поведение, ведущее к позитивным последствиям. Этот принцип может служить основой для модели модификации поведения обучаемого с позиции ведущего кейса.

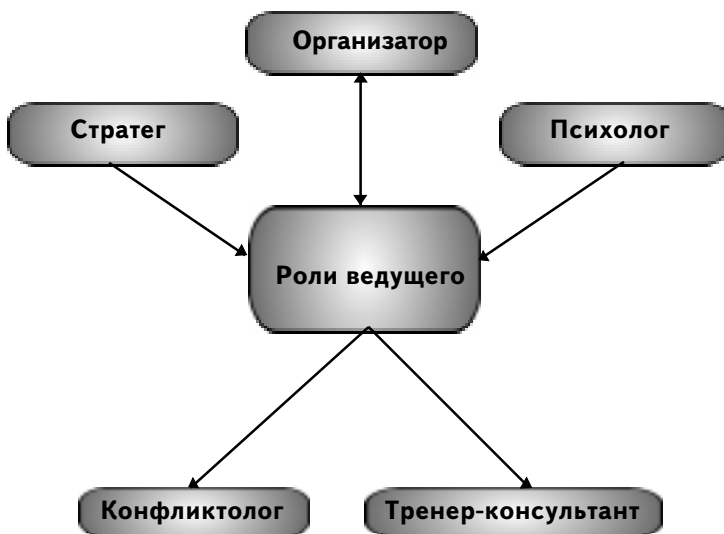
Рисунок 2 Модификация поведения: поэтапная процедура ведущего обсуждение конкретной ситуации



В рамках традиционного образования преподаватель выполняет роль знатока и учителя. Участники же в основном пассивно включены в процесс обучения. Они внимают тому, что им вещает преподаватель, и выполняют его указания и задания. В случае рассмотрения конкретной ситуации преподаватель скорее организатор и помощник, чем ментор и наставник. Задача преподавателя — так организовать учебный процесс, чтобы обучаемые, активно участвуя в проведении заня-

тий, выступали под его общим руководством и с его помощью были основными творцами процесса обучения. То есть преподаватель выступает прежде всего в качестве менеджера. Ролевая структура деятельности преподавателя-менеджера по обсуждению конкретной ситуации представлена на рисунке 3.

Рисунок 3 Ролевая структура ведущего кейса



Коллеги тренеры и консультанты могут возразить нам, так как в настоящее время не наблюдается столь наглядного различия между классическим образованием, интерактивным обучением и обучением на примере разбора конкретной ситуации. Тем не менее отмеченные выше различия носят принципиальный характер и по сути определяют различные подходы к обучению. Народная мудрость гласит: «Умный человек знает, как выйти из затруднительного положения, а мудрый человек знает, как не попасть в затруднительное положение». Тради-

ционное образование готовит знающего человека, умеющего найти выход из ситуации на основе прошлого, интерактивное обучение готовит знающего и опытного человека, который знает, как справиться с настоящим, а обучение на конкретном примере готовит мудрого человека, умеющего предвидеть будущее и вести себя так, чтобы это будущее работало на него.

Подведен итог вышесказанному и попытаемся ответить на вопрос: «Для чего использовать конкретные ситуации?» Для того, чтобы:

- развить навыки анализа и критического мышления
- облегчить выбор между различными направлениями деятельности
- принять решение
- выработать предположения и заключения
- представить точку зрения
- связать теорию с практикой

*«Мы привыкли создавать организации,
чтобы уберечь людей от создания ошибок.*

*Теперь мы создаем их,
чтобы помочь людям создать
положительные различия»*

Ч. Хэнди



3. Что такое кейс?

Технология метода на первый взгляд довольно проста. По определенному формату разрабатывается модель конкретной ситуации, которая произошла в реальной жизни, и отражается тот комплекс знаний, навыков и отношений, которые нужно получить обучаемым. Эта модель представляет собой текст объемом от одной до нескольких десятков страниц, который и называют «кейсом». К кейсу также прилагаются дополнительные источники информации: публикации в прессе, документы, фотографии, видеоприложения и т. д. Участники предварительно изучают кейс, привлекая информацию из самых различных источников. После этого идет подробное обсуждение содержания. При этом преподаватель генерирует вопросы, фиксирует ответы, поддерживает дискуссию.

Источники информации для кейса:

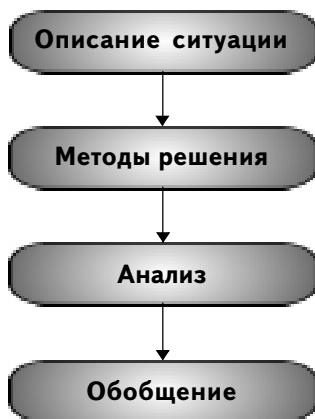
- История организации
- Архивы организации
- Публикации в прессе
- Отчеты по проектам
- Аналитические статьи в специальных изданиях
- Интервью с руководителями организации
- Исследования рынка
- Информационные базы

Варианты представления конкретной ситуации могут быть различными:

- Классический развернутый вариант (до 50 страниц)
- Сокращенный вариант
- Видеоматериал
- Случай из жизни
- Случай, предложенный участником
- Случай, возникший в диалоге
- Анализ решения, уже принятого в конкретной ситуации

В зарубежной методике кейс-обучения выделяют три вида кейсов: демонстрационный, тренинговый и инновационный.

Цель демонстрационного кейса — продемонстрировать отработанные методы решения управленческих задач различной категории сложности, обобщить управленческий опыт на основе структурированных фактов.

Рисунок 4. Модель демонстрационного кейса

Тренинговый кейс предусматривает приобретение опыта анализа простых и сложных структурированных проблемных ситуаций, разработки управленческих решений, использования социальных технологий.

Рисунок 5 Модель тренингового кейса

Цель инновационного кейса — развитие аналитических способностей при анализе сложных слабо структурированных ситуаций, решения которых так и не были найдены или развитие которых не завершилось в момент подготовки соответствующего кейса.

Рисунок 6 Модель инновационного кейса



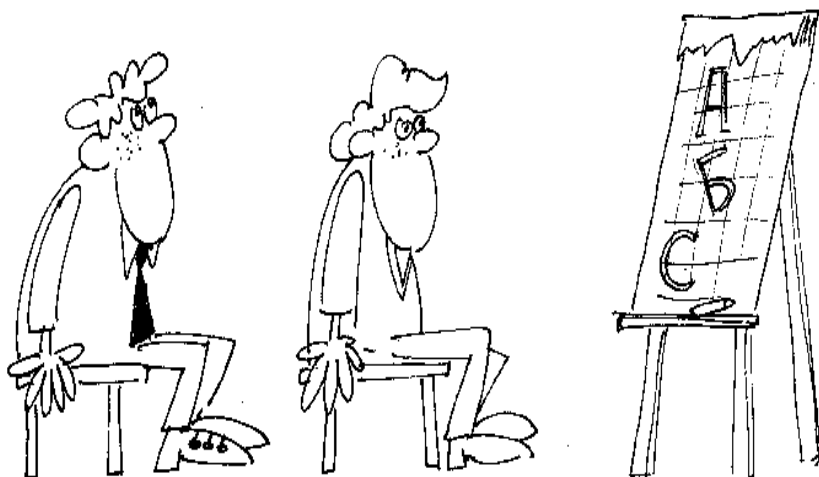
В процессе подготовки кейс-материалов необходимо принимать во внимание два типа проблемных ситуаций: *типологических*, которые типичны для данного класса процессов в настоящем реальном времени, и *девиантных* — представляющих альтернативу типичности, но в то же время отражающих единство многообразия явлений окружающего социума. Девиантные проблемные ситуации позволяют научить обучаемого видеть мир в реальном многообразии, многомерности, в единстве и борьбе противоположных тенденций протекания различных процессов.

Обсуждение конкретной ситуации ведется в соответствии с определенной схемой. При этом обсуждении:

- доминируют игровые процедуры;
- используется принцип моделирования;
- предусматривается интенсивное межличностное общение;
- реализуется принцип партнерства;
- педагог превращается из информатора в менеджера.

Важно отметить и тот факт, что метод анализа ситуаций создает предпосылки и для творчества преподавателей, заставляя по-иному осознавать себя и зону своей ответственности перед обучаемым. Но кто хоть раз применил на практике данный метод, уже не сможет преподавать в традиционной манере и по-иному посмотрит на интерактивное обучение, ибо само применение метода меняет ценности и отношение к процессу обучения в целом.

*«Мы должны посмотреть
на линзу, через которую мы видим мир,
так же, как и на сам мир,
который мы видим... сама линза
формирует наше видение мира»
Стивен Ковей*



4. Как мы это делаем?

В этом разделе мы предложим несколько вариантов сценария работы над кейсами. Сценарий может меняться исходя из многих факторов, основные из которых мы представили на рисунке 7.

Рисунок 7. Факторы, влияющие на формирование сценария кейса



Сам же процесс обсуждения кейса зависит от следующих факторов:

1. Степени сложности рассматриваемой ситуации.
2. Объема и качества представленной информации
3. Уровня ситуации (отдельное мероприятие или целый проект)
4. Предмета ситуации
5. Вида кейса
6. Уровня компетенции преподавателя и / или экспертов
7. Выбора ролей обучаемыми

О выборе ролей обучаемыми стоит поговорить отдельно. Выбор ролевой позиции обучаемым имеет важное значение, поскольку предполагает различные модели анализа и действий. Участник обучения имеет возможность выбрать роль либо менеджера, либо консультанта. Выбор роли менеджера может повлечь за собой создание одной или нескольких групп для поиска оптимального решения, проведение рабочих совещаний по проблеме, подготовку управленческой документации, плана реализации управленческого решения и т.п.

Выбор же роли консультанта требует не только проработки вариантов решения проблем, но и учета целого ряда факторов в системе отношений «консультант—клиент» в процессе планирования и осуществления изменений, включая и преодоление сопротивления планируемому и осуществляемому изменениям.

Если рассмотреть все фазы процесса консультирования, то они включают в себя:

1. *Стадию подготовки* — первый контакт с клиентом, предварительный диагноз проблемы, планирование задания, предложение клиенту относительно задания, подготовку и заключение контракта на консультирование.

2. *Стадию установления диагноза* — обнаружение фактов; анализ и синтез фактов, детальное изучение проблемы.

3. *Стадию планирования действий* — выработку решения, оцен-

ку альтернативных вариантов, предложения клиенту, планирование осуществления решений.

4. *Стадию Внедрения* — помощь в осуществлении изменений, корректировку предложений, обучение.

5. *Стадию завершения* — оценку, конечный отчет, расчет по обязательствам, планы на будущее, уход консультанта.

Важность подобной постановки учебной задачи позволяет уже на первой стадии моделирования роли консультанта провести, например, конкурсный отбор консультантов для дальнейшей работы, внося естественный соревновательный момент в учебный процесс. Подобная постановка вопроса учит выстраиванию взаимоотношений клиентов с консультантами и консультантов с клиентами, формулировке теоретических подходов, зачастую влияющих на весь процесс анализа и изменений.

На второй стадии важен отбор фактов, всестороннее рассмотрение проблемы и ее диагностика, например: является ли проблема технологической или какой-либо из социальных проблем — организационной, информационной, психологической и т.п.

Третья стадия — планирование действий. Ее основная цель — найти решение проблемы, разработать стратегию и тактику управленческих действий, определить источники сопротивления возможным изменениям и прочее. Эта фаза предполагает активное взаимодействие консультанта с клиентом, что позволяет значительно разнообразить процесс обучения.

Не менее важны и две последующие стадии — внедрение и завершение. Они предоставляют богатые возможности анализа деятельности различных уровней менеджмента на различных стадиях проработки планов и действий по реализации принятых управленческих решений.

При обсуждении кейса в аудитории фиксация результатов обучения происходит по следующему формату:

Рисунок 8. Формат фиксации результатов обсуждения кейса

| | | | | |
|--|------------------------------|-------------------------------------|---|-----------------------------------|
| Цели обучения ● ● ● ● | Проблема: | | | Выводы ● ● ● ● |
| | Анализ ● ● ● | Альтернативы: ● ● ● | Решение: План действий ● ● | |

В среднем обсуждение кейса продолжается два часа, но это не догма.

Ниже по тексту мы приводим различные варианты сценариев работы над кейсом.

Сценарий №1 Мотивированные участники

1. Не менее чем за две недели до проведения занятия преподаватель доводит до участников обучения содержание кейса либо тему кейса и список рекомендуемой литературы.

2. Обучаемые, работая над кейсом индивидуально, могут обсуждать кейс в малых группах.

3. Если в процессе подготовки к занятию у участников возникли вопросы по прочитанной литературе или по условиям кейса, они могут задать вопросы преподавателю.

4. В процессе обсуждения и анализа ситуации преподаватель выбирает модератора — ведущего, который под наблюдением преподавателя руководит обсуждением проблемы, направляя ход дискуссии. Преподаватель может вмешиваться в ход дискуссии, комментируя выступления участников, давать дополнительные сведения по обсуждаемым проблемам.

5. По окончании обсуждения кейса участники обобщают результаты дискуссий, выделяя основные подходы к решению обсуждаемой проблемы.

Сценарий №2 Слабо мотивированные участники

1. Разработка конкретной ситуации непосредственно в аудитории.

2. Формулирование участниками основных проблем.

3. Распределение обучаемых по малым группам.

4. Работа в составе малой группы.

5. Представление «решений» каждой малой группы.

6. Общая дискуссия, вопросы.

7. Выступление преподавателя, его анализ ситуации.

Сценарий №3 Обсуждение с привлечением экспертов

1. Разработка конкретной ситуации в аудитории.

2. Анализ ситуации в общей группе.

3. Разработка вариантов решения в ходе общей дискуссии.

4. Разработка критериев выбора решения.

5. Выбор наиболее приемлемого варианта.

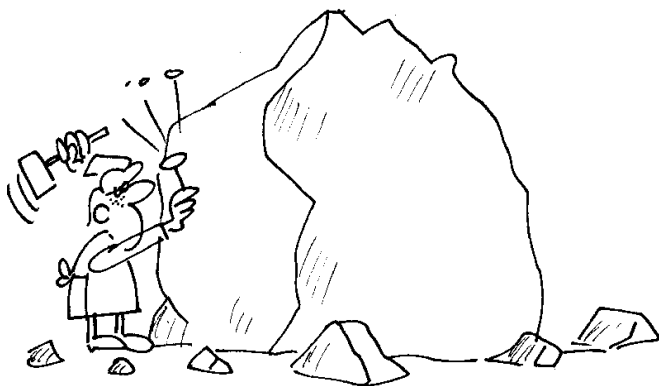
6. Комментарии приглашенных экспертов.

7. Представление выводов каждым из участников.

8. Комментарии преподавателя.

Выше были представлены варианты сценариев работы над кейсом, которые применялись авторами, но не стоит забывать о том, что работа над конкретной ситуацией уже сама по себе является конкретной ситуацией и может развиваться по уникальному сценарию. А поэтому однозначного рецепта не существует и все зависит от опыта и компетентности преподавателя и характеристик группы обучаемых.

*«Зри в корень»
К. Прутков*



5. Как написать кейс?

Написание хорошего кейса, несомненно, является актом творческого мышления. При составлении чернового варианта кейса следует обращать большее внимание на содержание, а при окончательной обработке текста — на его эмоциональную составляющую. Когда кейс пишется, ничто не должно сковывать воображение автора, он должен излагать свои мысли свободно. Затем автору следует критически оценить проделанную работу. Вполне допустимо привлечение другого лица в качестве «адвоката дьявола»¹, который должен подвергнуть текст кейса критике. В заключение сам автор должен спросить себя о характере использованных им фактов и сведений, а также о требованиях здравого смысла, освещены ли в тексте кейса все стороны ситуации и проблемы, обрисована ли общая картина.

Известно, что уже подготовлены и активно используются в обучении менеджменту десятки тысяч конкретных ситуаций в США, Канаде и Западной Европе. Безусловно, этим мы обязаны нескольким поколениям тех, кто их написал. Вместе с тем в других регионах мира написано не так много кейсов. К ним в первую очередь относятся Россия и страны СНГ. Отставание в этой области исчисляется десятками лет. Поэтому, понимая важность интенсивной подготовки российских кейсов, хотелось бы дать тем, кто наберется смелости, ряд советов и рекомендаций по написанию конкретных ситуаций для обучения специалистов некоммерческого сектора. То, что будет изложено ниже, представляет собой комбинацию предшествующего и личного опыта. Но если кто-то думает, что, ознакомившись с этим опытом, сможет сразу сесть и написать настоящий кейс, то он или она просто ошибаются. Как и во всем методе конкретной ситуации, в написании кейсов действует одно непреложное правило: написанию конкретных ситуаций можно научиться только через написание конкретных ситуаций.

Прежде чем браться за написание кейса, начинающему полезно ознакомиться с теми общими требованиями, которым она должна соответствовать.

Конкретная ситуация должна быть ориентирована на обучаемого, то есть на того, кто является пользователем вашего продукта. Хороший кейс поведет обучаемого от фактов к проблеме, которую предлагается решить. Отсюда факты в кейсе должны быть ясны для обучаемого, что совсем не означает быть для обучаемого знакомым с этими фактами. Описываемые в кейсе факты и события должны иметь смысл для изучающего их. Это достигается детальной проработкой соответствующей структуры кейса и определением характера ее общего настроения. Подбор фактов и стиль их изложения должны обеспечивать завлекательность при чтении кейса, желание читающего переходить от страницы к странице.

Научить участника на одном кейсе невозможно. Только специально созданная серия кейсов может дать обучающемуся что-то новое. В первую очередь это приобретение опыта анализа реальных событий в третьем секторе. Через кейс также дается возможность почувствовать ответ-

¹ В Римской католической церкви так называли официальное лицо, избравшееся для того, чтобы критически изучить все факты из жизни покойного, которого предлагали причислить к лику святых. Стало нарицательным для людей, относящихся ко всему критически, замечаящих во всем только недостатки. — Прим. Автора.

ственность в принятии решения. А самое главное — кейс побуждает к действию. Следует помнить, что использование кейса — это не обучение правильным ответам. Это также не задача или упражнение, с чем очень часто путают кейсы преподаватели дисциплин, где можно что-то точно посчитать. И, конечно, нельзя выдавать кейс за деловую игру, чего нередко хочется тренерам, которые используют в кейсе проигрывание ролей.

Для того чтобы кейс был именно кейсом, а не чем-то другим, описываемые в нем факты и события должны быть в высшей степени достоверными. Поскольку согласно методу конкретной ситуации обучаемого просят оказаться в роли участника реальных событий, конкретная ситуация не должна быть выдумкой. Участники с практическим опытом легко подмечают фальшь и теряют интерес к методу в целом.

Максимальная схожесть кейса с реальностью во многом обусловлена тем, что участник обучения нуждается в знаниях о действиях: когда действовать, как действовать, с кем действовать? Очень многие знают, что делать, но совсем немногие делают то, что знают. Это принципиальное различие в получении результата. Знания о действиях — это те знания, которые развивают навыки и способности.

Кейс также отличает высокая динамичность изложенных в нем фактов и событий. Поэтому стилистика кейса должна включать глаголы действия, а не деепричастные обороты о том, что «что-то» само собой произошло или случилось. При этом изложение следует вести в прошедшем времени, что, кроме всего прочего, усиливает фактор достоверности и продлевает «жизнь» ситуации.

В хорошем кейсе важно предупредить вопросы слушателей, не дать им свести обсуждение к спору о тех или иных фактах. Для этого полезно снабдить кейс необходимыми таблицами и графиками в дополнение к цифрам, излагаемым в тексте. Все это можно обогатить искусным редакторским комментарием для снятия информационной напряженности.

Однако прямой редакторский комментарий недопустим. Если это так необходимо сделать, то лучше включить текст в прямую речь одного из героев. В этом случае комментарий становится фактом, а читающему легче понять поведение героя.

При размещении информации в кейсе важно иметь в виду, что необычное и новое должно иметь самосодержащееся объяснение. Так, если описывается новая услуга, то должны быть пояснены все необходимые для анализа детали ее конструкции. Возникает также проблема количества фактов. Трудно бывает решить, что снять, а что оставить.

Что касается записок по преподаванию кейсов, то в них следует избегать дублирования самой конкретной ситуации, а больше и полнее описывать контекст, фон, внешнюю среду. Искусственность — главный враг записок по преподаванию конкретных ситуаций.

Опытные авторы сравнивают написание кейса с приготовлением блюда. Хорошее блюдо — это прежде всего хорошие ингредиенты. Отсюда в кейсе необходимо соблюсти баланс между проблемами и фактами. Факты оживают, если в кейсе есть люди, их действия и поведение (это основное отличие КС от задачек и упражнений). Появление проблем, в свою очередь, предполагает наличие в кейсе конфликтов в социальном контексте.

Конкретная ситуация по своей сути должна представлять собой один большой конфликт, то есть иметь предмет для проявления различных точек зрения. В обучении кейс используется подобно красной тряпке для быка, пробуждая различные мнения. При этом следует обеспечить возможность различных реакций на одну и ту же проблему.

Перед написанием кейса полезно задаться вопросом: почему вы пишите ситуацию? А отвечая на этот вопрос, помнить, что писать следует не просто историю «чего-то» или описание каких-то событий. Прежде необходимо определиться с тем, какие проблемы поднимаются в кейсе и с какой стороны вы на них смотрите. Именно здесь обнаруживается связь проблем с концепциями, изучаемыми в курсе. Также необходимо пытаться смотреть на проблемы глазами самих руководителей НКО и их сотрудников.

Каждая проблема уникальна. Их различные комбинации дают разные решения определенной группы проблем. Сама же проблема не должна лежать на поверхности. В реальной жизни первыми обнаруживаются симптомы. В конкретной ситуации до проблем нужно «докопаться». Поэтому кейс нередко сравнивают с луковицей. Снимая слой за слоем, изучающие добиваются до реальной проблемы.

В конкретной ситуации должна присутствовать возможность использования ее в качестве поводка, позволяющего слушателю идти то в одну, то в другую сторону. Неоднозначность и альтернативность создают основу для дискуссии в классе. Желательно, чтобы конкретная ситуация не подводила к «единственно верному» ответу (тогда она становится задачей). Наличие дилеммы — это ключ к хорошей ситуации. Однако дилемма должна быть поддержана сбалансированными данными. Отсутствие такой сбалансированности делает ситуацию неинтересной.

Хорошо, когда ситуация побуждает слушателя к принятию решения. При этом такая ситуация должна обеспечивать выход на несколько возможных решений. Приводимые данные должны способствовать объяснению как ее самой, так и ее окружения. Присутствие в кейсе различных решений должно быть взвешенным. Сбалансированность их при этом не должна снижать желание слушателей вступать в дискуссию по данному поводу. Более того, хороший кейс заставляет слушателей работать вокруг каждой из альтернатив.

Как вывод из вышесказанного следует обратить особое внимание пишущих КС на то, что ситуация должна быть лишь только частично «приготовлена» ее автором или авторами. Следует оставить много того, над чем должны поработать сами слушатели. Ведь в реальной жизни всегда имеет место недостаток информации для принятия того или иного решения. В написанной ситуации обсуждается то, что в ней написано. Это один из важных постулатов метода конкретной ситуации.

В ходе написания кейса у автора и в процессе его последующего обсуждения со слушателями происходит формирование концептуального подхода к проблеме. Раскрытие знания достигается, таким образом, через открытие для себя нового.

Хорошая КС практически ставит слушателя в положение менеджера, действующего в реальных условиях и сталкивающегося с необходимостью принимать решения и готовить по ним план действий.



6. Отзывы участников кейсов

«Кейс дает участникам интеллектуальные инструменты, с помощью которых они могут оценивать очень сложные части мира.»

«Мне нравится использование кейсов, потому что у меня есть возможность выразить свое мнение и слушать мнения других; больше всего дискуссии помогают мне распределять и понимать, что происходит в кейсе, поэтому я ничего не пропускаю.»

«Кейсовые дискуссии делают события реальными — это не более чем имя или действие для запоминания, но дискуссия делает события и людей живыми.»

«Я действительно люблю эти дискуссии. Один аспект, которому нас не учат хорошо в университете — это работа в команде. Университет — это прежде всего индивидуальная вещь — я учусь один, один сдаю экзамены. Однако, дискуссии позволяют мне учиться у других людей.»



«Я наслаждаюсь кейс - методом, потому что он заставляет меня думать о проблемах и принимать точку зрения, поддерживающую мое мнение. Это помогает мне понять, почему я верю в то, что я делаю. Для меня иногда трудно выразить свое мнение в подобной ситуации, но я работаю над этим здесь.»

«Что я больше всего люблю, это обширную проницательность, которую я приобретаю, и различные перспективы (точки зрения), которые представлены в ходе обсуждения конкретной ситуации.»

«Кейсовые дискуссии интересные и познавательные, они — ключ к пониманию, потому что точки зрения различны и эти различия отображают реальность.»

«Ведущий может поощрять дебаты и дискуссии, при этом не выходя за рамки темы. Я всегда ухожу после занятия, думая и чувствуя, что я что-то понял.»

«Кейсы заставляют меня думать.»

*«Хорошее определение человека,
«пробудившегося ото сна: это не человек,
маршрутирующий под барабанную дробь общества,
а личность, танцующая под мелодию музыки,
идушей изнутри»
Энтони де Мелло*



Конкретные ситуации (опыт НКО юга России)

Каждый из кейсов, включенный в брошюру, описывается по стандартной схеме: обзор — исследование ситуации — планирование деятельности — ее реализация — оценка результатов:

Обзор:

Описание ситуации, т.е. события, которое происходило в данной организации или проблемы, которые необходимо было решить. В том разделе должны также содержаться все необходимые сведения, чтобы читателю было ясно, о чем идет речь.

Исследование ситуации:

Данный раздел заполняется, если оно проводилось. В зависимости от конкретной ситуации или проблемы выбираются методы ее исследования.

Планирование включает в себя:

Постановку проблем;

Цели (обычно от двух до трех);

Стратегию;

Целевую аудиторию;

Бюджет.

Методику мониторинга и оценки

Реализация предусматривает конкретный список мероприятий или встреч.

Оценка результатов, т.е. какие цели достигнуты и на сколько.

Скорая техническая помощь

Обзор

Новороссийский филиал фонда «Филантроп» создан при Центральном правлении Всероссийского общества инвалидов. Миссия фонда — социальная поддержка и реабилитация инвалидов и иных лиц, которые в силу своих физических или интеллектуальных особенностей не способны самостоятельно реализовать свои права и законные интересы. Финансирование проектов, реализуемых НФФ «Филантроп», осуществляется за счет собственных средств и средств меценатов. В 2002—2003 годах организацией был реализован проект «Скорая техническая помощь инвалидам», победивший в конкурсе проектов Южного регионального ресурсного центра «Социально значимые проблемы местного сообщества», профинансированном Агентством США по международному развитию через АЙРЕКС.

В Новороссийске, по данным управления социальной защиты населения, на учете состоит 8283 инвалида, из них 367 человек с различными нарушениями опорно-двигательного аппарата используют инвалидные коляски в повседневной жизни. По данным отделения травматологии, в среднем 1500 горожан в течение года используют вспомогательные технические средства реабилитации после получения травмы опорно-двигательного аппарата.

Срок безремонтной работы инвалидной коляски — полтора—два года, в то время как срок ее эксплуатации семь лет. Любая мелкая поломка инвалидной коляски или костыля лишает человека возможности передвигаться и, как следствие, значительно ограничивает его жизнедеятельность. Многие инвалидные коляски годами не используются по причине незначительной поломки. Каждый человек решает свои проблемы самостоятельно, обращаясь в различные организации в поисках запасных деталей. Пункта ремонта и обмена технических средств реабилитации в городе и прилегающих сельских районах нет.

За последнее время реабилитационная техника сделала большой шаг вперед. Для инвалидов-колясочников начали выпускаться коляски активного типа. В настоящее время в г. Новороссийске на очереди для получения кресел-колясочников стоит 37 инвалидов. Срок ожидания коляски составляет один год. Каждые семь лет инвалид-спинальник имеет право на бесплатное получение по линии социальной защиты населения комнатной и каждые пять лет — уличной кресла-коляски. По существующим законам он может заказать себе коляску определенного типа, но отсутствие информации о возможностях современной реабилитационной техники не позволяет ему аргументирован-

но участвовать в ее выборе. Это приводит к тому, что человек получает не ту коляску, которая ему необходима.

Органы социальной защиты населения не заинтересованы в предоставлении выбора и для упрощения процедуры по инерции заказывают инвалидные коляски пассивного типа. Специалисты соцзащиты не знают и не интересуются новыми возможностями реабилитационной техники для инвалидов.

Обучение инвалидов приемам пользования техническими средствами не производится, информация о возможностях и типах реабилитационной техники не предоставляется, и, как следствие, в городе Новороссийске и пригородах нет ни одного инвалида, пользующегося коляской активного типа или спортивной коляской.

Исследование ситуации

Новороссийским филиалом фонда «Филантроп» создана база данных инвалидов города Новороссийска и прилегающих сельских районов из 198 человек, использующих инвалидные коляски. В результате анкетирования составлен список наиболее частых поломок технических средств реабилитации: прокол, износ шин, поломка передних вилок и подлокотников, ослабление крепежных узлов, истирание наколенников тростей и костылей. При финансовой поддержке местного сообщества была подготовлена база для создания мастерской по ремонту инвалидных колясок.



Планирование

Постановка проблемы

Отсутствие единой системы ремонта, технического обслуживания, безвозмездного проката инвалидных колясок.

Цель

Реабилитация инвалидов города и прилегающих сельских районов, направленная на устранение или возможно более полную компенсацию ограничений жизнедеятельности.

Стратегия

1. Создание единой системы ремонта, технического обслуживания, безвозмездного проката, обменного фонда технических средств реабилитации (инвалидных колясок, тростей, костылей).

2. Обучение инвалидов и лиц, получивших травмы опорно-двигательного аппарата, приемам и методам использования технических средств реабилитации.

3. Продвижение новых реабилитационных технологий в деятельность социальных служб города, организация их более тесного взаимодействия с инвалидами.

4. Трудоустройство инвалидов.

Целевая аудитория

Люди с ограниченными возможностями.

Бюджет

Всего на реализацию данного проекта запрашивалось \$6819. Из них \$2105 — оплата персонала, \$2449 — покупка оборудования (компьютер, пять инвалидных колясок).

Методика мониторинга и оценки

Результаты работы были отражены в журнале учета обращений в «Центр технической помощи инвалидам», в котором также регистрировались:

- количество инвалидов, получивших возможность отремонтировать технические средства реабилитации;
- количество восстановленных технических средств реабилитации;
- наличие и количество обменного фонда технических средств реабилитации.

Эффективность семинаров и мастер-классов оценивалась с помощью анкетирования инвалидов, обучившихся приемам использования активных колясок и начавших использовать эти приемы в повседневной жизни. Оценка эффективности видеообучения производилась путем телефонного обзвона и консультаций инвалидов.



Реализация

1. Организация диспетчерского пункта, заключение договора аренды помещения. Наем диспетчера.

2. Приобретение компьютера для хранения базы данных и издания бюллетеня.

3. Приглашение специалистов для проведения семинара «Делай как я».

4. Отбор и рассылка приглашений инвалидам-колясочникам г. Новороссийска и прилегающих сельских районов для участия в семинаре «Делай как я».

5. Заключение договора аренды помещения для размещения мастерской.

6. Заключение договоров с предприятиями, поставщиками запасных частей.
7. Приобретение инвалидных колясок активного типа.
8. Создание рабочих мест. Наем сотрудников мастерской.
9. Организация PR-кампании о начале работе «Центра технической помощи инвалидам». Проведение пресс-конференции.
10. Проведение PR-акции с целью сбора неиспользуемых технических средств реабилитации у населения. Привлечение добровольцев для участия в акции.
11. Подготовка добровольцев из числа учащихся техникума к проведению семинара.
12. Создание своей web-страницы в Интернете для распространения опыта и информирования населения о деятельности «Центра технической помощи инвалидам».
13. Организация работы по выезду для ремонта на дому.
14. Проведение семинара «Делай как я» для инвалидов-колясочников.
15. Издание бюллетеня с информацией о деятельности «Центра технической помощи инвалидам» и новых технических приемах реабилитации тиражом 100 экземпляров и его распространение.
16. Проведение пресс-конференции по итогам семинара.
17. Изготовление видеоматериала о приемах использования технических средств реабилитации для создания обменного фонда.
18. Начало действия пункта обмена и безвозмездного проката.
19. Проведение мастер-класса «Мир на коляске» в художественной школе для инвалидов с использованием видеоматериала «Инвалидные коляски и как ими пользоваться» производства ЦП Всероссийского общества инвалидов.
20. Проведение «круглого стола» с представителями власти при поддержке СМИ на тему «Человек в коляске и город» с целью привлечения внимания к проблемам безбарьерной среды и обучения специалистов социальных служб современным реабилитационным технологиям.
21. Издание бюллетеня с информацией о деятельности «Центра технической помощи инвалидам» и новых технических приемах реабилитации тиражом 100 экземпляров и его распространение.
22. Проведение показательных выступлений инвалидов на колясках активного типа с привлечением администрации, соцзащиты и СМИ.
23. Проведение мастер-класса «Мир на коляске» в художественной школе для 15 инвалидов с использованием видеоматериалов снятых на семинаре «Делай как я».

Оценка результатов

На первом этапе реализации проекта организован диспетчерский пункт, диспетчером трудоустроен инвалид.

В электронную базу данных занесены сведения об инвалидах-колясочниках г. Новороссийска, прилегающих сельских районов. Выявлены адреса тех инвалидов, которые нуждаются в первоочередном ремонте колясок.

Были приглашены два специалиста из ассоциации молодежных инвалидных организаций (г. Москва) для проведения семинара «Делай как я».

Проведена PR-кампания по семинару «Делай как я», направлены письма с информацией о проекте и семинаре в телерадиокомпанию.

Направлены письма в коммерческие структуры с просьбой предоставить на благотворительной основе пиломатериал для изготовления пандусов, площадок, «ступеней» для тренировочных упражнений на семинаре «Делай как я». В итоге были получены пиломатериалы для изготовления тренажеров, мастер по ремонту колясок с помощью добровольцев изготовил тренировочные приспособления.



Первичная профилактика ВИЧ/СПИД и наркомании среди молодежи

Обзор

Сочинская городская общественная организация «Свет», являясь юридически зарегистрированной структурой, создана для решения актуальных проблем социального характера. В соответствии с уставом организация оказывает содействие по снижению роста заболеваемости ВИЧ/СПИД, наркоманией и оказанию психологической поддержки населению. Для осуществления данных задач организация предоставляет следующие услуги:

- информирование населения по проблемам ВИЧ/СПИД наркомании;
- создание условий для оказания психологической помощи;
- изменение общественного мнения в отношении проблем ВИЧ/СПИД, наркомании;
- создание условий для безопасного поведения.

Исследование ситуации

Актуальность данных тем крайне высока. По результатам статистических исследований некоммерческих организаций, консультативных центров, мест лечения и реабилитации, процент населения, затронутого данными проблемами, увеличивается в геометрической прогрессии. Целый ряд прямых показателей распространения ВИЧ/СПИДа свидетельствует о том, что за последние два года в Краснодарском крае, и конкретно в г. Сочи, резко возросло количество ВИЧ-инфицированных. На 15.08.2001 г. в Сочи зарегистрировано 780 случаев заражения ВИЧ-инфекцией. В период с 1999 по ноябрь 2002 прирост составил 590 человек. Каждый день в городах Краснодарского края, по данным СПИД центра, регистрируется два-три человека. Эти цифры свидетельствуют о том, что распространение ВИЧ-инфекции в Сочи приобрело характер эпидемии. Особенно неблагоприятным является тот факт, что резко увеличилось число подростков с диагнозом ВИЧ-инфекции. Среди всех зарегистрированных ВИЧ-инфицированных 85 процентов составляют лица в возрасте 16—25 лет.



Планирование

Как известно, около 85 процентов ВИЧ-инфицированных г. Сочи заразились посредством инъекций в нестерильных условиях или с использованием зараженных инструментов при использовании ПАВ. Город является курортным центром России, в связи с чем во время курортного сезона резко возрастает вероятность инфицирования и рискованного поведения среди подростков и молодежи.

Общественная организация «Свет», отмечая актуальность проблемы распространения ВИЧ/СПИДа, считает первоочередной задачей работу по профилактике данного заболевания среди подростков и молодежи.

Реализация

На практике данные задачи реализуются посредством:

- участия в различных массовых мероприятиях по проблемам ВИЧ/СПИД, наркомании;
- осуществления социальной и информационной рекламы по вышеперечисленным темам;
- осуществления психологической поддержки и помощи всем слоям населения.

В мае 2001 СГОО «Свет» насчитывала десять активных добровольцев. Благодаря им были успешно проведены первые проекты по первичной профилактике ВИЧ/СПИД и наркомании среди молодежи.

Оценка результатов

На текущий момент количество волонтеров выросло в четыре раза, установлены прочные связи с административным сектором города, налажены партнерские отношения с ведущими некоммерческими и общественными организациями регионов России. Реализованы проекты по проведению семинаров в муниципальных образовательных учреждениях, прослушаны курсы по повышению квалификации, обучающие программы организации и проведения различных профилактических мероприятий.

Они тоже наши дети

Обзор

Российский Красный Крест (РКК) — старейшая в стране благотворительная общественная организация, региональным представителем которой является Краснодарское краевое отделение.



Миссия Краснодарского краевого отделения направлена на то, чтобы снизить социальную напряженность в обществе, оперативно реагируя на страдания и нужды людей для их облегчения или предотвращения, особенно одиноких, нетрудоспособных и пожилых, инвалидов, детей-сирот, вынужденных переселенцев и беженцев. Для эффективной работы организации необходимо постоянное информирование общественности о ее деятельности, что создает благоприятный имидж, способствующий формированию представления о работе некоммерческих организаций в местном сообществе. Кроме того, такая социально полезная деятельность, осуществляемая отделением, обращает внимание властных структур и общества на проблемы незащищенных слоев населения.

Установление и развитие тесной связи с общественностью в некоммерческом секторе поощряет и поддерживает гражданскую активность в решении социально значимых вопросов и постоянную готовность прийти на помощь. Одну из таких проблем необходимо было решить молодежной группе Краснодарского краевого отделения РКК. Молодежной группой Краснодарского краевого отделения РКК было принято решение провести акцию по сбору средств на территории ООО «Экспо — Центр» (вещевой рынок г. Краснодара), а также обратиться к крупным фирмам-спонсорам и организациям с просьбой об оказании финансовой помощи. Для обеспечения эффективной фандрай-

зинговой отдачи предстояло вести PR-сопровождение мероприятия для лучшего информирования населения.

Исследование

Сложившаяся экономическая ситуация в стране, и в частности в Краснодарском крае, и связанное с ней бедственное положение в социальной сфере привели к тому, что одними из незащищенных оказались воспитанники детских домов, интернатов, спецшкол, реабилитационных центров.

В социально-реабилитационном центре для несовершеннолетних «Родник» г. Усть-Лабинска находится 70 детей в возрасте от трех до 18 лет из малообеспеченных семей или оставшихся без попечения родителей. Названное детское учреждение находится в бедственном положении. Средств, выделяемых из бюджета, крайне недостаточно. Из-за мизерного финансирования дети испытывают недостаток не только в моральной, но и материальной поддержке: детском питании, игрушках, детской одежде, обуви, предметах гигиены, канцелярских товарах, спортивном инвентаре. Администрация центра не имеет возможности обеспечить в полном объеме воспитанников мягким инвентарем и оборудованием.



Планирование

Цель:

Привлечение внимания общественности к деятельности Краснодарского краевого отделения Российского Красного Креста и развитие связей с ней путем привлечения материальных и финансовых средств для подопечных социально-реабилитационного центра для несовершеннолетних «Родник» г. Усть-Лабинска.

Задачи:

- Информирование населения об акции, проводимой Краснодарским краевым отделением Российского Красного Креста.
- Привлечение внимания общественности к проблемам детей из малообеспеченных семей и оставшихся без попечения родителей, а также повышение гражданской активности в оказании помощи этой социально незащищенной категории населения.
- Сбор средств (материальных и финансовых ресурсов) и обеспечение наибольшей фандрайзинговой отдачи.
- Оказание материальной и финансовой помощи подопечным социально-реабилитационного центра для несовершеннолетних «Родник» г. Усть-Лабинска.

- Развитие волонтерского движения среди молодежи и вовлечение добровольцев в социально полезную общественную деятельность.

Задачи PR-проекта:

- Разработка PR- технологии для проведения эффективного фандрайзингового мероприятия.

- Развитие профессиональных навыков у специалистов организации в использовании PR- технологий.

- Создание полноценной информационной среды при проведении акции.

- Формирование и поддержание благоприятного имиджа организации

- Мотивирование молодежи на социально-полезную деятельность.

Целевая аудитория:

- Властные структуры г. Краснодара

- Коммерческие структуры в лице ООО «Экспо – Центр»

- Средства массовой информации Краснодарского края

- Городской комитет по делам молодежи.

Реализация

Сроки проведения: 25 марта— 15 апреля.

Для проведения акции по сбору средств необходимо было работать в нескольких направлениях. Одним из направлений являлся набор добровольцев, силами которых должно быть проведено мероприятие по получению материальных и финансовых ресурсов на территории вещевого рынка. Для этого молодежный координатор Юлия Богачева обратилась в педагогический колледж № 3 г. Краснодара, с которым поддерживаются постоянные контакты, для привлечения заинтересованных ребят. В ходе проведения двух информационных встреч с ними была сформирована инициативная группа из 25 человек, которые загорелись этой идеей. Для них был проведен семинар по организации общественных мероприятий, на котором, кроме изучения теоретической базы, был разработан план проведения акции. Ребятами было предложено название и одновременно слоган мероприятия — «Они тоже наши дети». В ходе обсуждения было определено также направление работы: необходимо было разработать и распространить информационные письма о проведении акции для фирм и организаций, которые могли откликнуться на призыв о помощи. Хлебозавод №6 предложил передать Усть-Лабинскому центру 50 кг печенья.

Предстояла большая работа по информированию работников и покупателей рынка для обеспечения наибольшей фандрайзинговой отдачи. Была проведена информационная встреча с представителями совета рынка и старостами рядов, на которой было важно объяснить суть самого мероприятия. Она проходила днем на территории ООО «Экспо-Центр». Начало встречи показало, что люди достаточно агрессивно настроены, так как постоянно подвергаются фандрайзинговой

атаке со стороны групп населения, просящих подаяние. Также сказались сложное финансовое положение работников торговли, связанное с переоборудованием их торговых мест и необходимостью приобретения кассовых аппаратов за свой счет. В ходе проведения встречи молодежным координатором РКК была передана достоверная информация о планах по проведению акции, о ее целях и задачах, законности проведения и об обязанности передачи полученных средств центру.

Таким образом, уровень доверия к представителям Российского Красного Креста возрос, и от агрессивности не осталось и следа. Такой нестандартный для Российского Красного Креста PR-инструмент дал возможность напрямую при личном контакте передать информацию целевой группе. В то же время представитель совета рынка (орган местного самоуправления), понимая необходимость проведения такой социально значимой деятельности в целях рекламы, оказала всестороннюю поддержку. Администрацией рынка на время проведения мероприятия было предоставлено помещение для сбора вещей.

Молодежная группа встречалась каждый день и готовила листовки (всего две тысячи штук), пресс-релизы для журналистов, которые в количестве шести экземпляров были разосланы в местные средства массовой информации.

Вырисовалась общая картина акции: 24 человека в футболках с символикой Красного Креста разделятся на восемь групп и пройдут по рядам рынка, раздавая листовки и держа в руках кружки-копилки, с просьбой к продавцам и покупателям о помощи подопечным центра. Был проведен соответствующий инструктаж добровольцев: как работать с кружками и что необходимо говорить. Для волонтеров была разработана речь, которая помогала им информировать и повышать гражданскую активность населения:

«Рядом с нами живут люди, которые нуждаются в нашей помощи. Семьдесят детей из Усть-Лабинского социально-реабилитационного центра находятся в крайней нужде и ждут вашей поддержки. Российский Красный Крест сегодня проводит акцию «Они тоже наши дети» по сбору денежных и материальных средств для детей. У вас есть прекрасная возможность проявить милосердие и оказать посильную помощь ребятам, оказавшимся в очень трудном положении. Вы можете использовать для передачи денег кружку или расчетный счет в банке, а вещи можете передать представителю Российского Красного Креста. Все собранные вещи и деньги будут переданы в Усть-Лабинский детский дом. За дополнительной информацией вы можете обратиться в Краснодарское краевое отделение РКК по адресу... Благодарим за помощь и поддержку!»

PR-кампания проходила в нескольких направлениях: СМИ, объявления по радио на вещевом рынке, распространение листовок и речь волонтера, непосредственно обращенная к целевой группе.

Для того чтобы задействовать еще один канал информирования

населения, была достигнута договоренность с руководителями ООО «Экспо-Центр» о проведении крупной информационной кампании на территории вещевого рынка. В течение нескольких дней до начала акции в радиорубке была дана информация о готовящемся мероприятии, в дни проведения акции каждый час выходила информация о происходящем, после завершения акции была объявлена благодарность тем, кто принял в ней участие, в том числе и администрации рынка.

В общей сложности за время проведения PR-кампании на местном государственном канале вышло два новостных телесюжета с информацией о проведении акции, пять репортажей по региональному радио, две заметки в газетах г. Краснодара и Краснодарского края.

Такая подготовительная работа дала свои результаты. Уже в течение первых часов проведения акции волонтеры собрали около 50 кг новой одежды и обуви, а кружки-копилки были полностью наполнены. Многие из работников торговли, получив информацию о проведении акции, приносили материальные и финансовые средства сами, не дожидаясь, когда к ним подойдут волонтеры. В пункт, где располагался координационный совет акции, все время приходили люди. От ряда представителей малого бизнеса поступили предложения о проведении другого аналогичного мероприятия на территории рынка или о продлении сроков акции еще на один день. Молодежная группа с большим удовольствием откликнулась на эту просьбу. Следующий день показал, что эффективно проведенная информационная кампания повышает гражданскую активность и результативность акции. В общей сложности за два дня проведения мероприятия представители молодежной группы РКК получили около 3200 рублей и 200 кг новой одежды и обуви. В акции приняли участие более 600 человек, из них жертвователей – более 500. После проведения акции от ряда детских домов и интернатов поступили просьбы на обеспечение их аналогичными материальными и финансовыми ресурсами.

Проблемы, с которыми столкнулись:

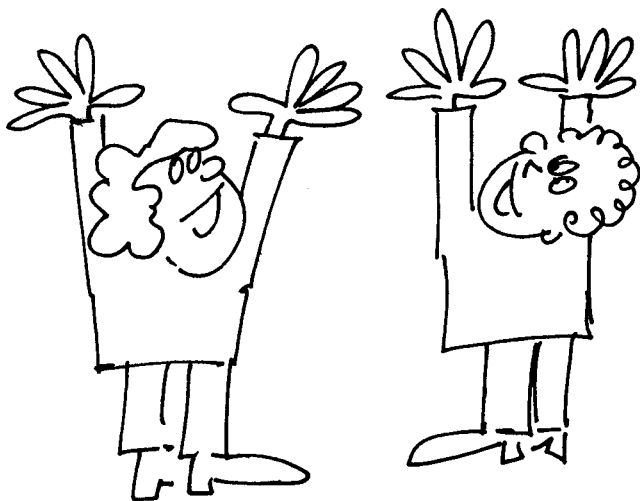
1. Отсутствие коммуникационной компании.
2. Отсутствие благотворительной культуры общества.
3. Коммерческие структуры подвергаются постоянному жесткому фандрайзингу.
4. Нежелание коммерческого сектора идти на контакт с благотворительными организациями.
5. В СМИ не ведется кампания по повышению имиджа благотворительных организаций.

Оценка результатов

■ Было привлечено 3200 руб., на которые приобретены личные средства гигиены, 200 кг новой одежды и обуви, а также 50 кг печенья, которые предоставил хлебозавод № 6.

- Подопечные Усть-Лабинского социально-реабилитационного центра получили необходимую помощь.
- В результате освещения в СМИ удалось проинформировать о проводимой акции и о деятельности РКК многих людей.
- Удалось привлечь внимание общественности к проблемам малообеспеченных семей и детей, оставшихся без попечения родителей.
- Удалось повысить гражданскую активность в решении социально-значимых проблем: жертвователями стали более 500 человек.
- Привлекли молодежь в качестве добровольцев к социально полезной деятельности.
- Развили навыки использования PR-технологий у специалистов Краснодарского краевого отделения РКК

С точки зрения PR проведение такого мероприятия дает возможность теоретически выделить и систематизировать основные приемы PR для их дальнейшего использования при реализации массовых мероприятий. С практической точки зрения проект ценен тем, что за короткий промежуток времени (20 дней), благодаря продуманным действиям организаторов, он преодолел ряд кризисных ситуаций и получил одобрение и поддержку общественности. Факторами успеха можно считать правильно избранные средства PR, точный просчет информационной политики и поэтапное ее исполнение.



Бумеранг

Обзор

Воронежское областное отделение Российского детского фонда занимается благотворительной деятельностью более 15 лет. За это время проведено более сотни благотворительных акций, десятки благотворительных концертов и балов. В 2003 году организации помогают добровольцы: студенты, школьники, жители города и области. По мнению сотрудников организации, добровольцы, приняв участие в одной благотворительной акции РФД, отзываются на следующие приглашения и приводят с собой своих друзей. Добро обладает прекрасным свойством бумеранга — оно возвращается сторицей.

Планирование

С приходом весны появились новые проблемы: как одеть и обуть ребят. Поэтому сотрудники РФД решили провести благотворительную акцию 12 апреля, во Всемирный день молодежного служения, на одном из рынков нашего города в рамках программы «Весенняя неделя добра-2003».



Для этого сотрудники РФД обратились за помощью:

- к директору Юго-Западного рынка Александру Мазуренко с просьбой организовать штаб по сбору вещей и выступить по местному радио с обращением Детского фонда к предпринимателям, торгующим на рынке;
- в газету «Комсомольская правда», на телевидение и на радио «Барнео» с просьбой осветить благотворительную акцию в СМИ;
- к студентам медицинской академии им. Бурденко с просьбой помочь собрать вещи на рынке;
- к частным предпринимателям Корчагиным с просьбой помочь перевезти вещи с рынка в Детский фонд.

Все эти люди откликнулись с желанием принять участие в благотворительной акции в качестве добровольцев-волонтеров.

Реализация

12 апреля и 7 июня 2003 года на Юго-Западном рынке г. Воронежа Российский детский фонд провел благотворительные акции по сбору вещей для оказания помощи нуждающимся детям — сиротам и детям из малообеспеченных семей.

Более ста предпринимателей принесли для детей джинсы, юбки, куртки, пальто, обувь, игрушки, продукты, одеяло, подушки и даже золотой крестик.

Эти вещи были вручены в качестве подарков выпускникам одиннадцатых классов: 76 опекаемым сиротам из Воронежа и 66 выпускникам школ-интернатов города и области на торжественных приемах, проходивших в ресторане гостиницы «Россия». Помимо этого помощь в виде комплектов одежды получили сироты, дети интернатов и приемных семей, дети из малообеспеченных семей, дети-беспризорники. Но это уже были другие акции, участие в которых также принимали добровольцы.

Мероприятие было организовано при информационной поддержке газеты «Комсомольская правда».

Седьмого июня 2003 года сотрудники РДФ провели повторно благотворительную акцию на Юго-Западном рынке по предложению директора и предпринимателей рынка. Добровольцы, помогающие в первой акции, привели своих друзей. В настоящее время РДФ планирует провести аналогичные акции на других рынках города для того, чтобы помочь нуждающимся детям прийти в школу хорошо одетыми.

Благодаря освещению деятельности Детского фонда в СМИ круг добровольцев, помогающих нам, расширяется.



Эко-Логика

Обзор

Ростовская городская общественная организация «Эко-Логика» осуществляет свою деятельность в г. Ростове-на-Дону по нескольким направлениям:

- содействует природоохранной деятельности жителей города;
- поддерживает природоохранные инициативы жителей города и содействует их реализации;
- повышает уровень информированности и заинтересованности жителей об экологических проблемах города.

Причиной, послужившей постановке проблемы, оказалась ситуация, в которую попал один из членов организации «Эко-Логика» г. Ростова-на-Дону на одной из остановок города. Ожидая автобус на проезжей части и понимая, что тем самым он нарушает Правила дорожного движения, молодой человек постарался проследить экологическую цепочку. Что вынудило его (и, по наблюдениям, еще 14 человек)

выйти на проезжую часть? Что стало причиной, по которой 15 человек нарушили Правила дорожного движения? Оглядевшись, он увидел, что на остановочном комплексе лежит размокшая и растекшаяся от дождя куча мусора. Окурки, обертки от печенья, бутылки из-под пива и кока-колы, ветошь. Стены остановки сохранили следы трехмесячных объявлений, были заплеваны и вымазаны грязью ботинок.

Исследование

По итогам проведенного исследования по методу «Дельфи» (метод оценок независимых экспертов) инициативная группа организации «Эко-Логика» выявила, что существует прямая связь между двумя показателями: грязными остановками на одном из проспектов г. Ростова-на-Дону и количеством людей, которые гибнут от наездов на этих остановках. Автобусные остановки с наклеенными афишами и другими объявлениями, с испачканными скамейками и мусором имеют неприятный запах. В некоторых остановочных комплексах встречаются трупы сбитых животных.

По этим причинам потенциальные пассажиры, ожидающие автобус или троллейбус, выходят на проезжую часть проспекта и подвергаются риску попасть под колеса автомобилей.



Планирование

Постановка проблемы:

Автобусные остановки в г. Ростове-на-Дону — это серые, грязные и обклеенные объявлениями пятна на улицах города. Многие остановочные будки не соответствуют санитарно-гигиеническим нормам и являются местами, в которых скапливается городской мусор. С внутренней и внешней стороны стены испещрены нецензурными надписями и рисунками.

Такая ситуация в городе приводит к тому, что пассажиры — жители города, ожидающие автобусы, перестают пользоваться территорией остановочной будки. Они ожидают подъезда автобусов, стоя на проезжей части дороги, что является нарушением Правил дорожного движения и является небезопасным для их здоровья. С августа по январь 2000 года травматизм по этой причине составил в одном из районов города более 43 человек.

Существуют опасные участки дороги (перекрестки без светофоров, опасные закрытые повороты, неровная дорога и т.д.), из-за которых опасность попасть в дорожно-транспортное происшествие (ДТП) увеличивается.

Цели:

1. Привлечь внимание жителей города к проблеме загрязнения и небезопасности остановочных площадок.
2. Очистить две автобусные остановки от мусора. Сделать их с помощью волонтеров-подростков удобным, красивым и безопасным местом для ожидания автобусов.

Задачи:

1. Провести кампанию по привлечению внимания и вовлечению в решение проблемы проекта население города. Привлечь внимание более 10000 человек посредством радиороликов, ТВ-роликов и публикаций в городских газетах. Вовлечь в решение проблемы проекта более 40 волонтеров, проживающих поблизости от требуемых остановок.
2. С помощью местных волонтерских команд (40 человек):
 - убрать мусор с территории двух остановочных площадок;
 - смыть объявления со стен двух остановочных будок;
 - нанести поверх нецензурных надписей и рисунков разноцветные граффити.

*Стратегия:*

1. Проведение PR-кампании под девизом «Начни с себя — возьми краски»: были записаны радио- и ТВ-ролики.
2. За неделю до акции в одном из районов города были распространены более 200 объявлений.
3. За две недели до акции подготовлены и распространены флаеры среди подростков-граффитчиков района (500 шт.).
4. За три недели до акции на веб-сайте <http://volunteers.rds.ru> представлена исчерпывающая пригласительная информация о предстоящей акции. Показ баннеров в двух известных баннерных системах Ростова.
5. Проведение экспресс-конкурса граффити во время акции, награждение лучших художников-волонтеров сертификатами — пять человек.
6. Использование акции «Чистая автобусная остановка» и девиза «Начни с себя — возьми краски» в качестве информационного повода для дальнейшего развития PR-кампании по привлечению и вовлечению в деятельность организации волонтеров.

Целевая аудитория:

- Подростки, проживающие в данном районе (500 чел.)
- Жители района (2000 чел.)

- Пассажиры в проезжающем транспорте (1000 чел.)
- Жители города (15000 чел.)

Бюджет

| № | Статья | Запрашиваемая сумма | Имеющаяся сумма | Общая сумма |
|---|---|---------------------|-----------------|-------------|
| 1 | Изготовление 500 флаеров | 300,00 | 0 | 300,00 |
| 2 | Изготовление 200 объявлений | 320,00 | 0 | 320,00 |
| 3 | Создание веб-страницы | 0 | 1200,00 | 1200,00 |
| 4 | Баннерная реклама | 0 | 400,00 | 400,00 |
| 5 | Инструменты для уборки автобусных остановок | 1500,00 | 0 | 1500,00 |
| 6 | Акриловая краска в баллончиках — 45 баллончиков | 1800,00 | 0 | 1800,00 |
| 7 | Сертификаты для награждений победителей акции — 5 шт. | 116,00 | 0 | 116,00 |

Методика мониторинга и оценки

Объекты оценки:

- добровольцы — участники акции;
- целевая группа организации.

Методы оценки:

1. Социологическое исследование при раздаче флаеров — 500 чел.
2. Анкетирование участников акции — 40—60 чел.
3. Социологический опрос прохожих во время проведения акции — 100 чел.
4. Экспертиза акции со стороны журналистов и прохожих.
5. Фотоотчет о проделанных действиях.

Критерии/механизмы оценки:

1. Количество жителей города проинформированных об акции, посредством:
 - радиоролика;
 - ТВ-ролика;
 - ярмарки;

- Интернет-страницы;
 - баннерного показа,
 - раздачи флаеров;
 - распространения объявлений.
2. Количество волонтеров, принявших участие в акции.
3. Статистика по эффективности использования каждого направления PR-кампании:
- радиоролика;
 - ТВ-ролика;
 - ярмарки;
 - Интернет-страницы;
 - баннерного показа;
 - раздачи флаеров;
 - распространения объявлений.
4. Экспертное мнение журналистов и местных жителей об акции.
5. Эффективность выполненных действий по уборке автобусных остановок:
- количество автобусных остановок;
 - объем мусора, убранный с остановочных площадок;
 - количество объявлений, счищенных со стен остановочных будок;
 - количество баллончиков, использованных для покраски остановок.
6. Информационная кампания после акции:
- количество статей, вышедших в газетах об акции;
 - количество новостных роликов, вышедших на ТВ.
7. Направленность проекта на развитие в будущем:
- простота повторения акции;
 - мотив участия в акции.



Реализация

1. Анонсирование радиоролика; подготовка радиоролика радиокомпанией с участием руководителя организации.
2. Выход радиоролика в эфир в течение пяти дней.
3. Подготовка ТВ-ролика ТВ-компанией с участием руководителя организации.
4. Выход ТВ-ролика в эфир в течение семи дней.
5. Подготовка веб-сайта и баннерной рекламы предстоящей акции.
6. Расклейка объявлений.
7. Распространение объявлений.

8. Проведение акции «Чистая автобусная остановка» — уборка остановок и их роспись в стиле граффити.

9. Информационная кампания в четырех городских газетах и новостных программах двух ТВ-компаний.

Оценка результатов

■ благодаря PR-кампании в акции «Чистая автобусная остановка» приняли участие более 40 волонтеров, проживающих в районе проведения акции;

■ о волонтерском проекте «Чистая автобусная остановка» узнали в более чем шести регионах Российской Федерации (Краснодарский край, Ростовская область, Воронеж, Москва, Нижний Новгород, Калуга, Санкт-Петербург) благодаря созданию веб-страницы проекта и показу баннеров;

■ в ходе акции «Чистая автобусная остановка» убраны от мусора, очищены от старых объявлений и покрашены в стиле граффити две остановочные площадки по одному из проспектов города;

■ более 1000 жителей города, проезжавших мимо на городском транспорте в течение четырех часов акции, увидели реальный пример работы волонтеров;

■ более 15000 жителей города узнали о деятельности РГОО «Эко-Логика» благодаря PR-кампании (радио-роликам, ТВ-роликам), акции «Чистая автобусная остановка» и информационной газетной кампании в течение двух недель после акции (статьи в трех городских газетах).



Возможности телекоммуникационных технологий для привлечения добровольцев

Обзор:

Региональный центр ДИМСИ открыт в Ставрополе с 2000 года. Проекты ДИМСИ «Эстафета добра», «Подросток и закон» реализовывались в МОУ лицей № 15, 29, 32, 31, 30 г. Ставрополя под руководством сотрудника ДИМСИ кандидата психологических наук доцента кафедры психологии Ставропольского государственного университета (СГУ) Белых Татьяны Викторовны в 2002—2003 годах в г. Ставрополе.



Планирование:

Проект «Особенности индивидуальных свойств личности детей-беспорядочников» разрабатывался и реализовывался коррекционной группой 11-го «Д» класса лицея № 15 во главе с лидером группы Юлией Головановой. По результатам общероссийской общественной организации «Детские и молодежные социальные инициативы» Юлия Голованова заняла первое место на конкурсе юга России как автор исследовательской работы «Особенности индивидуальных свойств личности детей-беспорядочников» в номинации «Теоретическое исследование».

При реализации проектов возникла необходимость получения дополнительных знаний в области информационных и телекоммуникационных технологий. Добровольцем выступила Лилия Вячеславовна Крюкова, ассистент кафедры информационных и телекоммуникационных технологий СГУ, вместе с группой студентов 4-го курса факультета романо-германских языков отделения «Информатика/лингвистика и межкультурная коммуникация» в составе Оли Бешко, Ларисы Казанчиевой, Лены Поляковой, и студентки второго курса Ставропольской медицинской академии Ирины Крюковой.

Исследование ситуации:

Студенты помогли сделать обзор и классификацию сайтов Internet, посвященных вопросам добровольческих обществ, психологии, что

позволило участникам проекта экономить время на поиск необходимой информации. Средствами электронной почты и голосовой передачи осуществлялась переписка участников проекта, координировались действия коррекционной группы.

Реализация:

Для привлечения добровольцев в программу ДИМСИ нами были использованы новейшие информационные технологии, такие, как электронная почта, обмен звуковыми сообщениями (телефон по Интернету), обмен графическими материалами и использование стандартной программы Nuner Terminal, позволяющей передавать любые виды информации по телефонной линии без подключения к Интернету.

Нами был осуществлен широчайший веб-серфинг по всемирной сети Интернет с использованием НИТ для привлечения добровольцев и последующего общения с ними. Это работа в режимах ОН-лайн – чаты, веб-сайты, общение с использованием звуковых и графических сообщений; и OFF-лайн, то есть работа с электронными документами без подключения к Интернету.



В результате проделанной работы уже не было сомнений в необходимости создания своего сайта. Для пропаганды, расширения деятельности ДИМСИ и привлечения новых добровольцев к реализации существующих и планируемых проектов создан собственный сайт ДИМСИ.

Нами было проведено несколько дистанционных оргдеятельностных семинаров Он-лайн по интересующей нас теме с подключением новых участников.

Оценка результатов

Анализ полученных результатов говорит о возможности расширения деятельности в данной сфере.

При наличии технической базы, например со стороны университетов (СГУ, РГУ, СГМА и др.), может появиться возможность привлечения единомышленников с использованием телеконференций и видеоконференций.

В дальнейшем, при наличии соответствующей технической и материальной базы, с непосредственным участием пополняющегося доб-

ровольческого коллектива, появится возможность создания баннера (реклама на веб-сайтах) и участие в конференции Usenet, что позволит вести полноценное обсуждение различных вопросов.

Современные информационные и телекоммуникационные технологии создают среду для реализации коммуникативных и организаторских способностей в тех видах деятельности, которые связаны с общением с людьми, с организацией коллективной работы. Использование возможностей телекоммуникационных технологий ставит работу участников добровольческих организаций на современный уровень, соответствующий требованиям строящегося нового информационного общества.

Народный памятник жертвам репрессий



Обзор

Идея создания памятника жертвам репрессий родилась в г. Новороссийске еще на заре перестройки. В 1989 году по инициативе группы интеллигенции, чьи родственники пострадали в годы сталинских репрессий, появилось городское отделение организации «Мемориал». Тогда его создатели не знали, какое огромное количество в городе людей и их ближайших родственников пострадало от репрессий. За несколько лет членами этой организации стали более 1500 человек, среди них более 100 — бывшие узники лагерей. А сколько не вернулось к своим близким и об их могилах нет никаких данных — даже невозможно узнать. Вот тогда и появилась в среде «мемориальцев» идея создать памятник всем пострадавшим от политических репрессий во все времена.

Эту идею поддержали и власть, и общественность. Скульптор А. Суворов разработал макет, был подсчитан бюджет, определено место для памятника. Но прошло долгих десять лет, менялись чиновники, решались многие проблемы города, возводились другие памятники и знаки, а увековечить память безвинно загубленных тысяч людей так и не смогли. Кроме членов организации «Мемориал» никто этим не

был озабочен. В декабре 2001 года ушел из жизни бессменный руководитель городского отделения «Мемориал» Борис Дмитриевич Герасименко. Кроткий, добрейший, интеллигентный человек, бывший офицер Советской Армии, с боями прошедший войну до 1945 года, сам отсидевший в лагерях долгих десять лет. Он не успел увидеть осуществленной давнюю свою мечту — памятник новороссийцам, загубленным людской злобой и казенным бесчеловечием. И его коллегам, знавшим этого замечательного человека, просто невозможно было не принять эстафету, не выполнить дело последних 10 лет его жизни. Так возникла идея провести общегородскую общественную кампанию по сбору средств на строительство памятника.

Планирование

Цель

Увековечить память людей безвинно пострадавших от политических преследований во все времена в г. Новороссийске.

Задачи:

- сформировать позитивное отношение к строительству памятника жертвам политических репрессий у горожан;
- распространить информацию о последствиях репрессий;
- вовлечь в кампанию добровольцев;
- наладить сотрудничество с администрацией и депутатами всех уровней для успешного решения вопроса по установке памятника;
- собрать необходимые средства на строительство памятника;
- установить памятник к 25 октября 2003 года.

Методы реализации:

- анкетирование населения;
- пресс-конференция для СМИ;
- серия публикаций на страницах городских газет и выступления на ТВ с информацией о судьбах членов организации «Мемориал» и репрессированных горожанах;
- вовлечение добровольцев из среды школьников, студентов, лидеров НКО;
- распространение 1500 писем среди членов организации «Мемориал»;
- проведение уроков истории в школах города;
- выпуск листовок и их распространение по предприятиям, по месту жительства, в магазинах;
- информационная акция в сберкассах города;

- акции на городских рынках;
- акция «Информационный автобус»;
- работа с администрацией и депутатами всех уровней;
- проведение аукциона среди лидеров НКО.

Целевая аудитория:

- СМИ
- НКО
- Население
- Администрация
- Депутаты

Реализация

На первом этапе было проведено анкетирование населения. В анкете были следующие вопросы: как относятся к идее установки такого памятника, есть ли у опрашиваемых родственники, пострадавшие от репрессий, и сколько средств они готовы выделить на установку такого памятника? Итоги анкетирования порадовали, так как за установку такого памятника высказались практически все опрошенные, также и по поводу пожертвований был дан утвердительный ответ.

В Новороссийский ресурсный центр, который работает на базе центра экологического образования, в июле 2002 года пришли на практику шесть студентов PR-факультета. Для них был проведен семинар «Организация общественных кампаний и акций», совместно с ними был разработан план кампании, слоганы, лейбл, дизайн плакатов общественной кампании.

Шестнадцатого июля была проведена презентация общественной кампании, в которой приняли участие лидеры НКО, администрация, депутаты, все городские СМИ. В реализацию кампании включились добровольцы общественных организаций: общество «Мемориал», центр экологического образования «Аква», «Черноморские добровольцы», городское отделение Ассоциации космонавтики России, общество пенсионеров» и клуб «Вдова», городская организация «Зеленые», общество книголюбов, литературное объединение «Горит свеча», Корейское национальное общество, Греческое национальное общество, городское казачье общество, фонд «Возрождение», студенты политехнического университета и Морской академии, учащиеся 7-го профтехучилища, совет ветеранов Новороссийского морского торгового пор-

та. Приняли участие работники СДРСУ и здравоохранения.

В план кампании вошли такие мероприятия, как распространение информации в СМИ (вышло более 20 публикаций на эту тему и не менее 10 видеосюжетов на 2 каналах ТВ), через письма, плакаты и листовки; точечный сбор по ведомостям, сбор средств в ящики для пожертвований и перечисления по квитанциям сберкасс. Были распечатаны более 1500 писем всем членам организации «Мемориал», письма-обращения к руководителям предприятий и учреждений, депутатам городской Думы. Листовки-обращения к жителям города и плакаты расклеили в многолюдных местах — в сберкассах, магазинах, учебных заведениях, у рынков и на остановках.

Были проведены акции по сбору пожертвований при поддержке совета ветеранов морского порта в дни выдачи платежей акционерам. Провели 2 акции на городских рынках города: у входов были размещены информационные стенды общественной кампании и установлены стационарные ящики для пожертвований, по громкоговорящей связи передавали информацию и сообщения о проводимой акции, передвижные группы сборщиков-добровольцев с ящиками для пожертвований и ведомостями для регистрации пожертвований вели информационную работу среди продавцов и покупателей в торговых точках и по рядам рынка. Многие новоросийцы откликнулись на призыв — на рынках было собрано более 3 тысяч рублей.

26 сентября 2002 года по самому востребованному городскому маршруту прошел агитавтобус «Народный памятник». Агитационный автобус, оклеенный атрибутикой общественной кампании (плакаты, надписи, листовки) привлек внимание прохожих и пассажиров. На остановках молодые добровольцы оповещали жителей города о проводимой кампании, ее цели, распространяли листовки и приглашали проехать в автобусе по маршруту. В автобусе члены организации «Мемориал» проводили беседы, а молодежь проводила анкетирование пассажиров. Большинство пассажиров слышали о проводимой в городе кампании и отметили, что общественные организации делают нужное дело для города и горожан. 60 человек внесли пожертвования на памятник. Все эти мероприятия были направлены на распространение информации и формирования общественного мнения.

Во время проведения выездной «Школы НКО по добровольчеству» провели аукцион среди лидеров общественных организаций, на котором было собрано 1215 рублей в копилку кампании.

В августе 2002 организация «Черноморские добровольцы» полу-

чила небольшой грант на проведение информационной поддержки кампании от фонда Ч.Мотта через фонд «Фокус». За счет этих средств были изготовлены ящики для пожертвований, стенды, плакаты, листовки, оплачен маршрут агитационного автобуса и выпуск бюллетеня «Доброволец». Более 80 человек стали добровольцами кампании — большинство среди них молодежь, которая обеспечивала информационную и наглядную агитацию кампании и участвовала в массовых мероприятиях. Сбор средств от массовых мероприятий составил 5014 рублей. Добровольцы старшего поколения и инвалиды подготовили статьи по истории репрессий и вели сбор средств по ведомостям среди членов своих семей, соседей по дому, по предприятиям.

Проводились регулярные встречи с вновь избранными депутатами всех уровней, а также с новой командой администрации, которая полностью была сформирована только к апрелю 2003 года. Неоднократно встречались с вновь избранным главой администрации.



Оценка результатов

- собраны средства от горожан на строительство памятника — 44000 рублей,
- 100000 рублей перечислены депутатами М.А. Ковалюком и Л.В. Рудаковым и 60 тысяч в стадии перечисления от депутатов городской Думы
- сформировано позитивное отношение к установке такого памятника в городе
- оформлены все документы на землеотвод
- вовлечено в сбор средств добровольцев 80 человек
- 3000 горожан пожертвовали разные суммы на памятник
- определено место установки памятника
- определена точная дата установки памятника
- поддержка администрации и городской Думы.

Семья — пространство прав ребенка и гармоничного развития

Исследование

Опыт работы в 2001—2002 гг. в средних школах г. Ростова-на-Дону и социологическое исследование, которое было проведено в завершение пилота «Толерантность: мой шаг!» совместно с психологами четырех городских школ (№ 35, 22, 97, 17), показали, что в целевой группе «Родители учащихся третьих классов» наблюдаются следующие тенденции:

- У родителей отсутствует понимание значимости роли семьи в формировании личности ребенка в гуманистических традициях Прав Ребенка.
- Родители недостаточно осведомлены о результатах воспитания ребенка в духе Прав Человека. Сегодня ребенок не получает полного внимания со стороны родителей для развития 5 компетенций личности.
- Отсутствие поддержки со стороны других участников образовательного (воспитательного) процесса в школе (и вне школы — консультации).



Планирование

Цель

Улучшить взаимоотношения между родителями и детьми.

Задачи

■ Вовлечь в программу «Семья — пространство прав ребенка и гармоничного развития» более 220 школьников из 2 школ г. Ростова-на-Дону. В рамках программы провести образовательную программу по правам ребенка, конкурс рисунков, конкурс аппликации, конкурс сказок.

■ Создать условия развития 5 компетенций в рамках образовательной программы по правам ребенка, состоящей из 10 уроков по 40 минут, 2 факультативных занятий и 2 ролевых игр.

■ Закрепить приобретенные навыки и умения более 220 школьников — участников программы посредством конкурсов рисунков, аппликаций и сказок

■ Вовлечь в программу «Семья — пространство прав ребенка и гармоничного развития» более 40 родителей учащихся 2 школ г. Ростова-на-Дону.

- Провести PR-кампанию по тиражированию программы в других школах города (также в других регионах).
- Создать условия повышения уровня умений и навыков родителей по использованию потенциала семьи в формировании личности ребенка в гуманистических традициях посредством 2-дневной тренинговой программы для родителей.
- Для качественной оценки выполнения программы провести 4 фокус-группы: 2 с родителями (до и после выполнения проекта, 40 человек) и 2 с педагогами (до и после выполнения проекта, 40 человек).
- Разработать 3 учебно-вспомогательных пособия, сопровождающих программу (общий тираж 3000 экз.), 2 буклета (тираж – 3000 экз.), школьный календарь (1500 экз.), и PR-вспомогательные информационные материалы: наклейки (3000 экз.), блокноты (250 экз.), значки (300 экз.), майки и ручки с логотипом программы (соответственно 100 и 300 экз.). Разработать и выпустить школьную газету – «Отличная газета» (тираж за 3 месяца 1500 экз.).
- Расширить базу данных клиентов, желающих постоянно участвовать в образовательных программах по правам человека и семейному праву – более 200 человек; базу данных волонтеров организации – более 100 человек.



Целевая аудитория:

- Родители
- Школьники
- Преподаватели школ
- Директора школ
- Местные органы власти.

Реализация

1 этап.

Разработка логотипа программы, авторских рисунков к информационным сборникам и PR-сопровождению, слоганов и требований к использованию PR-материалов.

Изготовление информационного буклета о пилотной программе «Семья – пространство прав ребенка и гармоничного развития».

Встречи с координаторами в школах, волонтерами-омбудсменами, активными группами школьников, разработка и планирование проведения фокус-групп с родителями и педагогами.

□ II этап.

В рамках классных собраний проводится презентация программы «Семья – пространство прав ребенка и гармоничного развития» и ее образовательных компонент для школьников и родителей. Родители, принявшие решение участвовать в программе, получают значок, майку, блокнот, календарь.

В удобное для родителей время (пятница, суббота) в школах проводятся семинары. К концу первого семинара родители получают домашнее задание – оказать поддержку детям в активном участии в образовательной программе и конкурсах.

□ III этап.

Занятия с детьми. Уроки проводятся в школьных классных помещениях. По согласованию с завучами школ планируется проводить по три занятия в неделю. Между 7-м и 8-м уроком (в зависимости от динамики развития коммуникаций в группе) проводятся ролевая игра и следующее за ней факультативное занятие с обсуждением игры.

Участники открытых уроков получают PR-материалы: ручки, блокноты, майки, значки, буклет и информационное пособие «Моя семья». В завершении ролевой игры каждому участнику в качестве бонуса вручается Школьный календарь.

По итогам уроков и ролевой игры выпускается номер школьной газеты, в котором освещаются итоги занятий, приводятся интервью педагогов, участников уроков.

□ IV этап.

В течение оставшихся 2 недель в школах проходят конкурсы рисунков на тему «Семья, в которой я хочу жить», конкурс аппликаций «Мое право на...» (участники сами выбирают тему), конкурс на сочинение сказки «Волшебное путешествие в страну моих прав».

После подведения итогов происходит награждение победителей (книга «Моя семья», майка, календарь) и участников (календарь, значок, ручка, книга). Награждение происходит в актовом зале с приглашением родителей, учителей, других школьников. В паузах выступают ансамбли школьной самодеятельности, талантливые школьники играют на музыкальных инструментах, читают стихи.

В последнюю неделю координаторы в школах, волонтеры-омбудсмены, волонтеры-старшеклассники проводят встречи по оценке программы. Вырабатывают рекомендации для последующего тиража программы и документы для Министерства образования Ростовской области и информационные письма директорам ростовских школ.

□ *У этап*

Проведение «круглого стола», на который приглашаются директора школ города (4 чел.), представители комитета по делам молодежи администрации города и области, ведущий специалист отдела дошкольного образования комитета по образованию администрации города, учителя и завучи (2 чел.) и родители — участники программы. Обсуждаются условия продолжения программы в других школах города с учетом рекомендаций, вынесенных экспертами.

В завершение проекта старшеклассники-волонтеры выпускают следующий номер школьной газеты. Распространяют ее среди подростков в школах.

Методы реализации

■ Переговоры с представителями Министерства образования РФ по Ростовской области по поводу использования результатов пилотной школьной программы «Семья — пространство гармоничного развития и прав ребенка» как курса для предмета «Права ребенка».

■ Тренинг для 12 волонтеров на должность омбудсмена. Конкурс для 12 волонтеров.

■ Подготовка 3 учебных пособий (для учителей, для родителей и для учащихся).

■ Интервью с выпускниками пилота и руководителем проекта. Подготовка передачи на областном радио, программа для старшеклассников «Ориентир».

■ Публикации в 3 городских газетах и 1 областной.

Оценка результатов

■ Вовлекли в программу «Семья — пространство прав ребенка и гармоничного развития» более 220 школьников из 2 школ г. Ростова-на-Дону.

■ В рамках программы провели образовательную программу по правам ребенка, конкурс рисунков, конкурс аппликации, конкурс сказок:

■ Создали условия для развития 5 компетенций в рамках образовательной программы по правам ребенка из 10 уроков по 40 минут, 2 факультативных занятий и 2 ролевых игр.

■ Закрепили приобретенные навыки и умения более 220 школьников — участников программы посредством конкурсов рисунков, аппликации и сказок.

■ Вовлекли в программу «Семья — пространство прав ребенка и гармоничного развития» более 40 родителей учащихся 2 школ г.

Ростова-на-Дону.

- Провели PR-кампанию по тиражированию программы в других школах города (более 5 образовательных учреждений), а также в других регионах (более 5 партнерских молодежных организаций).

- Создали условия повышения уровня умений и навыков родителей по использованию потенциала семьи в формировании личности ребенка в гуманистических традициях посредством 2-дневной тренинговой программы для родителей:

- Для качественной оценки выполнения программы провели 4 фокус-группы: 2 с родителями (до и после выполнения проекта, 40 человек) и 2 с педагогами (до и после выполнения проекта, 40 человек).

- Разработали 3 учебно-вспомогательных пособия, сопровождающих программу (общий тираж 3000 экз.), 2 буклета (тираж – 3000 экз.), школьный календарь (1500 экз.), и PR-вспомогательные информационные материалы: наклейки (3000 экз.), блокноты (250 экз.), значки (300 экз.), майки и ручки с логотипом программы (соответственно 100 и 300 экз.). Разработали и выпустили школьную «Отличную газету» (тиражом 3 мес x 500 экз.=1500 экз.).

- Расширили базу данных клиентов, желающих постоянно участвовать в образовательных программах по правам ребенка/человека и семейному праву – более 200 человек; базу данных волонтеров организации – более 100 человек.



Умей сказать «Нет»!

Обзор

Краснодарская краевая общественная организация «Легкое дыхание» (г. Армавир) одной из важных целей своей деятельности видит предотвращение распространения табакокурения среди детей и подростков, осознание необходимости поддержания и укрепления собственного здоровья, формирование и закрепление в сознании детей и подростков навыков здорового образа жизни, от которых в последующем будет зависеть реальный образ жизни, способствующий наилучшему раскрытию потенциала личности

В России выкуривается за год 700 млн. штук сигарет — 240 пачек на душу населения, включая младенцев. Более 80% приобретают эту привычку в молодые годы.

Табачный дым является наиболее значительным из известных факторов, загрязняющих среду помещений. Это один из главных факторов развития многих заболеваний в детском возрасте, а также мощный фактор обострения уже имеющихся болезней. Люди с аллергией, хроническим бронхитом, воспалением легких или синуситом (гайморит или фронтит) ощущают себя более чувствительными к табачному дыму. Дети, подвергающиеся пассивному курению, чаще болеют инфекционными респираторными заболеваниями, в т.ч. пневмонией и бронхитом; с ними чаще обращаются за медицинской помощью, чем с детьми, в доме которых не курят. Подсчитано, что от 20 до 30% случаев астмы у маленьких детей может быть отнесено на счет пассивного курения. Воздействие табачного дыма дает значительное увеличение случаев астмы и аллергии у детей.



Исследование

Табачные фирмы вынуждены были признать, что в сигаретах содержатся более 600 скрытых ингредиентов и добавок. Среди этих ингредиентов имеются какао и аммоний, которые ускоряют действие никотина, в сигаретах также есть цианиды и свинец. До недавнего времени никто не знал об этих ингредиентах. Люди имеют право решать, курить или не курить, но они также имеют право знать, что же они курят. За одну минуту на Земле от вызванных табаком болезней погибает пять человек. Четыре миллиона за год, 11 тысяч в день, семь в минуту. Больше, чем от СПИДа, железнодорожных, авиа- и автокатастроф, вместе взятых...

В настоящее время специалисты (медицинские работники, психологи, педагоги) пришли к выводу, что профилактику табакокурения не-

обходимо начинать как можно раньше. Так как курить с каждым годом становятся все раньше и раньше, то профилактическую работу надо вести еще в младшем школьном возрасте. Этот возраст наиболее благоприятен для формирования морально-нравственных и поведенческих установок, развития эмоциональной и когнитивной сферы индивидуума, что позволяет целенаправленно использовать все преимущества данного возраста для формирования специфического антитабачного «иммунитета», чтобы наши дети не оказались психологически беспомощными перед новыми условиями социальной среды.

На современном этапе развития общества вполне очевидным является тот факт, что молодое поколение России переживает кризисную социально-психологическую ситуацию в связи с личностным становлением. Разрушены прежние, во многом устаревшие стереотипы поведения, нормативные и ценностные ориентации. Выработка же новых происходит подчас хаотично и бессистемно. На фоне экономической и социальной депривации подрастающего поколения все большую остроту приобретает их раннее приобщение к курению, что весьма часто рассматривается как один из вариантов решения личностных психологических проблем.



Планирование

Цель

Предотвращение распространения табакокурения среди детей и подростков, осознание необходимости поддержания и укрепления собственного здоровья, формирование и закрепление в сознании детей и подростков навыков здорового образа жизни, от которых в последующем будет зависеть реальный образ жизни, способствующий наилучшему раскрытию потенциала личности.

Задачи

- Формирование идеалов разумного образа жизни человека на основе повышения уровня знаний о своем здоровье.
- Выработка поведенческих навыков, охраняющих здоровье и жизнь детей и подростков.
- Формирование негативного отношения общественности к табакокурению среди детей и подростков.
- Работа в молодежных коллективах, с формальными и неформальными лидерами из подростково-молодежной среды.
- Осуществление грамотно разработанных программ PR (паблик рилейшнз) и привлечение к участию в антитабачной работе представителей общественных организаций, но после обучения и под контролем специалистов.

Целевая аудитория:

- СМИ
- Управление здравоохранением города
- Управление образованием
- Старшеклассники
- Родители
- НКО.

Реализация

- Проведение "круглого стола" с участием представителей управления здравоохранения города, управления образованием, СМИ.
- Создание команды добровольцев из старшеклассников для работы в программе — 3 команды по 10 человек.
- Семинары по подготовке добровольцев-старшеклассников для проведения программы по профилактике табакокурения «Умей сказать «Нет!»» — 6 семинаров.
- Создание телевизионного короткометражного видеофильма «Право на чистый воздух». Для достижения этой задачи участники проекта (учащиеся 8—9-х классов) будут участвовать в создании короткометражного видеофильма, в котором будут затронуты причины, способствующие большому числу курильщиков среди детей и подростков; влияние компании на создание имиджа “cool smoking”; ответы на вопросы: “Имеет ли человек право курить?”, “Как бросить или не начинать курить?”, предложение здоровой альтернативы курению; создание условий для популяризации моды на здоровый образ жизни среди молодых людей.

*Этапы реализации:***I этап**

Подготовительный: информационное обеспечение: создание буклетов по профилактике курения.

II этап

Основной: создание команды добровольцев с их последующим обучением и подготовкой к работе со сверстниками и младшими школьниками (информационное обеспечение, навыки эффективного общения с аудиторией и т. д.), теоретической подготовкой по профилактике табакокурения.

III этап

Заключительный: создание короткометражного видеофильма. Активное освещение проекта в средствах массовой информации.

Оценка результатов

- Создано добровольческое движение детей и подростков, главной задачей деятельности которого стала профилактика антисоциальных явлений.
- Повысился уровень знаний и осведомленности детей и подростков о проблемах, связанных с табакокурением.
- Изменилось отношение к табакокурению.
- Создана эффективная система профилактики табакокурения, разработана комплексная программа профилактики табакокурения в учебном учреждении.
- Разработаны программы тренингов с различными возрастными категориями детей с целью формирования сознательного отношения к процессу курения.
- Школьники привлечены к деятельности в общественных молодежных организациях.
- Получена новейшая научная социальная информация о проблемах различных групп школьников, механизмах привлечения к вредным привычкам, факторах, оказывающих содействие или предотвращающих распространение негативных явлений в молодежной среде.



Не рискуй!

Обзор

Ассоциация журналистов «Аксинья» (г. Новочеркасск), информационный центр «Афина» (г. Ростов-на-Дону) работают над профилактикой незаконного вывоза женщин и их эксплуатации.

По официальным данным, в настоящее время за пределами России около 50 тысяч россиянок находятся в ситуации принудительной продажи своего тела. В это число не входят женщины, которые сознательно выехали из страны в целях проституции. Доверившись фирме по трудоустройству или брачному агентству, которое берет на себя оформление выезда за рубеж, они оказываются в чужой стране без документов, знания языка, миграционного, трудового, семейного права страны, в которой оказались. Например, выезжая работать танцовщицей или официанткой, девушка в конечном счете оказывается в притоне, где ее принуждают заниматься проституцией, или становится «женой» — домашней служанкой в доме мужчины, который в дальнейшем передает ее в руки очередного «хозяина».



Исследование

Незаконный вывоз женщин и последующая сексуальная и иная эксплуатация превратились в настоящее время в крупнейший бизнес (третий по доходности в мире), в котором важнейшую роль играет транснациональная организованная преступность. Однако опасность сексуальной торговли женщинами (секс-траффик) находится вне сферы внимания государственных структур и общественности. Нет специальных законов, предусматривающих наказание всей цепи преступников (вербовка, перевоз женщин, оформление документов, эксплуатация, насильственное удержание). Закрытость проблемы объясняется еще и тем, что женщины, сумевшие вернуться в Россию, боясь общественного осуждения или страха наказания вербовщиков, публично не рассказывают о перенесенном. Они подвергаются общественному осуждению: «сами виноваты». Основная часть потенциальных жертв — это безработные молодые женщины, матери-одиночки, студентки. Причины, которые толкают их на выезд за рубеж — экономические трудности, идеализация зарубежья, неуверенность в своих силах найти место под солнцем здесь, в России, в своем городе.

Планирование

Цель:

Привлечь внимание женщин к проблеме секс-траффика, проинформировать женщин из групп риска о проблеме работорговли и мерах предосторожности.

Задачи:

- Проинформировать местное сообщество (вплоть до отдаленных районов Ростовской области) о проблеме секс-траффика. Озвучить и актуализировать на территории Ростовской области проблему незаконного вывоза женщин.
- Повысить юридическую грамотность женщин к вопросам трудоустройства и заключения браков за рубежом.
- Снизить риск для жительниц г. Ростова и Ростовской области попасть в сеть сексуальной торговли женщинами.
- Привлечь внимание властей, правоохранительных органов, служб трудоустройства к проблеме секс-траффика.
- Проинформировать жертв секс-траффика в области трудоустройства и открытия своего дела.



Целевая аудитория:

- Безработные молодые женщины
- Матери-одиночки
- Студентки
- Население
- СМИ
- Местные органы власти
- Правоохранительные органы
- Службы трудоустройства

Реализация

Проводится анкетирование студенток вузов (400 человек). Цель — выявить уровень информированности по проблеме работорговли, степень идеализации заграницы, доверия службам трудоустройства и брачным агентствам, а также готовность помогать в распространении информации по проблеме. Полученная информация позволяет скорректировать направленность информационных встреч со студентами.

Информационные встречи со студентами.

Создание сайта. На нем (www.ic-afina.aaanet.ru) будет размещена

информация по проблеме траффика. Содержание раздела: международные правовые акты по правам человека и комментарии к ним; контактная информация о женских НПО России и других стран, занимающихся проблемой траффика; электронные версии публикаций по траффигу в СМИ; освещение хода PR-кампании и реализации проекта.

Цель — дать информацию о проблеме, предоставить женщинам возможность обсудить свою проблему, получить ответ на вопрос.

Содержание: информация о социально-криминальном явлении секс-траффика, об истории жертв секс-траффика, рекомендации для тех, кто ищет работу за рубежом, информация об особенностях браков с иностранцами, координаты служб, куда можно обратиться за консультацией, вопросы-ответы.

Проведение однодневного обучающего семинара для журналистов СМИ Ростовской области по теме: «Проблема секс-траффика и ее освещение в местных СМИ». Число участников — 20 человек. Место проведения — Ростов-на-Дону. Задача семинара — познакомить журналистов с проблемой, обсудить роль СМИ в предотвращении секс-траффика, дать новую информацию, статистику по проблеме, наметить стратегии проведения кампании в городах и районных центрах. Темы для обсуждения: “Четыре аспекта проблемы траффика: женский труд, права человека, организованная преступность, миграция”; “Торговля женщинами и международные пакты по правам человека”; “Опыт НПО в борьбе с траффиком”; “Основы миграционного, трудового, семейного права различных стран”.

Осуществление кампании в городах. Выпуск публикаций (дизайн - две эмблемы: довольная девушка летит верхом на самолете и машет платочком; девушка цепляется за веревочную лесенку, возвращаясь обратно), сбор откликов, «обратной связи».

Размещение на радиостанциях 30-сек. джинглов по проблеме.

Размещение на ТВ социальных роликов по проблеме.

Анализ кампании, предоставление итоговой информации участникам семинара.

Проведение пресс-конференции по окончании проекта. Место проведения — Ростов. Цель — предоставить СМИ информацию, полученную в результате реализации проекта, обобщить опыт работы, дать возможность журналистам задать вопросы женщинам, ставшим участницами проекта.

Создание и распространение информационных буклетов (2000 экз.) об опасности траффика, с информацией об организациях, которые могут помочь в трудной ситуации, об обучающих возможностях в области трудоустройства и открытия собственного дела, которые предо-

ставляются в рамках проекта. Распространение — в женских НКО, центрах занятости, студенческих общежитиях, ВУЗах.

Издание календариков (3000 экз.) с эмблемой проекта и номером телефона горячей информационной линии.

Издание брошюры «Замуж за иностранца!». Тираж — 1000 экз. Содержание: информация об особенностях получения гражданства в случае заключения брака в различных странах, особенности семейного международного законодательства, женские истории.

Организация встреч в студенческих общежитиях. Цель — рассказать о проблеме секс-траффика, способах предотвращения ситуации, сформировать позитивные установки для активного участия в реализации собственных профессиональных, социальных возможностей. Количество встреч — 3. (2 — в общежитии Ростовского университета, 1 — в общежитии Новочеркасского политехнического университета). Количество участников — 90 человек (по 30 человек в каждой группе).

Программа встречи:

информация о проблеме секс-траффика, просмотр и обсуждение фильма «Купленные и проданные» (производство Всемирной сети за выживание), ответы на вопросы юриста-консультанта, распространение изданных буклетов.

Информационные стенды. Размещение — ОВИР и миграционная служба г.Новочеркаска. Содержание: информация о проблеме, истории, конверт с календарями и буклетами для раздачи, телефон горячей информационной линии.



Оценка результатов

- Изданы буклет и календари
- Проведены информационные встречи со студентами
- Работает информационная горячая линия
- Проведены исследования
- Проведен семинар для журналистов
- Вышло 11 публикаций по проблеме, 4 видеосюжета и 1 радиопрограмма
- 8 женщин получили консультацию по электронной почте
- Состоялось 120 посещений сайта за 4 месяца его работы
- 76 девушек приняли участие в информационных встречах
- Распространено 1200 экземпляров печатных изданий.

Город без барьеров

Обзор

Краснодарская городская общественная организация инвалидов “Орфей” в течение многих лет активно способствует формированию безбарьерной среды в Краснодаре.

В Краснодаре более 40 тысяч людей, имеющих стойкие нарушения здоровья, из них 423 могут передвигаться только с помощью инвалидных кресел-колясок. Из-за неприспособленности городской среды и непонимания обществом эти люди находятся в состоянии дискриминации, нарушаются их конституционные права на свободу передвижения, возможность получить образование, работу, просто посетить кафе, театр, пообщаться с друзьями.

Моральный аспект дискриминации в том, что люди в инвалидных колясках воспринимаются здоровыми людьми как субъекты для милосердия — в лучшем случае. В худшем — как изгои общества. Поэтому безбарьерная среда для инвалидов — мощнейший фактор их реабилитации. Пандусы, перила, отсутствие преград-бордюров — все это нужно не только инвалидам, но и молодым мамам с колясками, пожилым людям, даже велосипедисты и роллеры будут рады удобным спускам.

Барьеры есть не только на улицах городов, не только в государственной политике, они есть в сознании людей, мешая открыто и непредвзято взглянуть на мир. Барьеры — это устоявшиеся стереотипы общественного мнения. Например, инвалиды — это жалкие ничемные люди, достойные лишь сострадания и милосердия. Им нужно помогать, но лучше их не видеть, изолировать от общества здоровых людей. Были в истории человечества и такие государства, как Спарта, где детей с физическими отклонениями бросали в пропасть. Это государство красивых и здоровых людей погибло. И никто не представляет себе человеческой истории без слепых Гомеров и хромых Байронов.

С медицинской устоявшейся точки зрения люди являются инвалидами потому, что они не могут ходить, видеть, слышать и т.д. Но с точки зрения социологии и по мнению доктора Билла Альберта, которое он высказал на международной конференции в Нижнем Новгороде, “люди являются инвалидами из-за барьеров в окружающей среде и общественном мнении”.

Социальная модель инвалидности лежит в основе всего движения инвалидов на Западе, на ней основана философская концепция и само возникновение Британского совета организаций инвалидов. Выступив с критикой общепринятого понимания инвалидности, используемого Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ), Британский союз признал инвалидов угнетаемой частью общества.

Концепция медицинского подхода в том, чтобы изменить человека: протезирование, операции, усиленная терапия и т.д. Социальная модель гласит: изменять надо общество и отношение общества к инвалиду. В “Хартии инвалидов”, принятой ООН, подчеркивается: качество жизни лиц с нарушениями жизнедеятельности не должно отличаться от качества жизни остальной части населения.

Планирование

Цель: Преодоление внешних и внутренних барьеров на пути к созданию приемлемых условий жизнедеятельности для людей с физическими нарушениями здоровья, формирование позитивного имиджа инвалида.

Задачи:

- привлечение СМИ к активному изменению общественного мнения о возможностях и правах инвалидов, о необходимости создания в городе безбарьерной среды;
- подготовить перечень объектов города, необходимых для доступности инвалидов, и список колясочников, нуждающихся в устройстве пандусов и перил;
- создание механизма социального партнерства с законодательной и исполнительной властью;
- включение разработок проекта в социальную программу города (до 2004 года);
- создание проектных чертежей “правильного” пандуса;
- заключение договора с фирмой-подрядчиком, устанавливающей пандусы и занимающейся благоустройством улиц;
- продвижение социальной рекламы;
- вовлечение инвалидов в активную деятельность (добровольчество, участие в митингах по озвучиванию и защите своих прав);
- проведение семинаров и тренингов по защите прав и независимому образу жизни;
- организация выступлений самих инвалидов в СМИ;
- создание пресс-группы при благотворительном совете города.

Целевая аудитория:

- НКО
- Управление социальной защиты
- Администрация
- СМИ
- Население

Реализация

Семинар для добровольцев (по 4 округам города), всего было 167 добровольцев.

Составление списков инвалидов, нуждающихся в улучшении среды проживания.

“Круглый стол” для СМИ: присутствовали представители 5 местных телерадиокомпаний (МТРК “Краснодар”, “Екатеринодар”, “Фотон”, ТРК “АВС”, ТВ-6) и газет (“Вольная Кубань”, “Кубань сегодня”, “Краснодарские известия”, “Рассвет”, “Над Кубанью”). В работе круглого стола принял участие пресс-секретарь городской администрации Виктор Богданов.

Личный прием главой администрации г. Краснодара Н.В. Призом и председателем городской Думы А.И.Кирюшиным. Обсуждение проблем инвалидов и закрепление за проектом “О создании городской межведомственной комиссии по координации деятельности в сфере реабилитации инвалидов” конкретных чиновников.

Рабочие встречи с лидерами НКО и СМИ.

Вовлечение в работу общественных корреспондентов-инвалидов.

Создание видеостудии при детском клубе “Радиант”, где компьютерной грамоте обучаются вместе со здоровыми детьми 12 детей-инвалидов.

Приобретение для городского клуба инвалидов “Орфей” телевизора и видеокамеры. Занятия по операторскому искусству для инвалидов вели профессиональные кадры МТРК “Краснодар”, в результате чего ребята сами сняли видеофильм “Город без барьеров”.

Работа в центре профориентации и психологической поддержки населения.

Встреча с Тамарой Валентиновной Казанцевой, депутатами ЗСК по теме “Социальный подход в понимании проблем людей с ограниченными физическими возможностями”.

Оценка результатов

- Принято распоряжение главы администрации г. Краснодара

Н.В. Приза от 01.02.2002 г. № 85 “О реализации комплексной целевой программы реабилитации инвалидов г. Краснодара на 2002—2004 годы” с двумя приложениями с перечнем объектов социальной инфраструктуры города Краснодара, требующими устройства пандусов, и списком колясочников и опорников (53 человека) по обеспечению их беспрепятственного передвижения к своему жилью. Уже сделано 8 пандусов, расширены лифты в двух домах, расширены двери в 12 квартирах.

- Создана общественная комиссия при департаменте по архитектуре и градостроительству по безбарьерной среде (председатель Л.А. Аксенова).

- Постановлением главы администрации города от 17.06.2002 г. № 883 “О создании городской межведомственной комиссии по координации деятельности в сфере реабилитации инвалидов” проект внесен в социальную программу города (на первом заседании с отчетом о работе по проекту “Город без барьеров” выступила Л.Аксенова).

- Построены хорошие, удобные пандусы в городской администрации и департаменте по социальной защите населения города.



- Строятся пандусы в новых магазинах, аптеках, больницах. В некоторых поликлиниках (№ 1, 4, 7) сделаны перила к лестницам.

- При благоустройстве центра города учтены СНиП, сделаны въезды и съезды на тротуары; переделано асфальтовое покрытие на улице Одесской; сделаны въезды на кооперативный и Сенной рынки, начали делать сходы с высоких трамвайных остановок и др.

- Было показано 23 телепередачи, посвященные социальным проблемам и безбарьерности среды, которые повторялись по два-три раза. Снят репортаж на ОРТ. Сняты видеофильмы, прозвучали репортажи в авторской передаче “Любить человека” К. Антишина и на ГТРК “Кубань” Е. Кравченко.

- Опубликовано 47 материалов в местной прессе, причем писали их не только профессиональные журналисты, но и сами инвалиды.

- Появились наши рубрики в газетах: “Прочь барьеры — все равны!”, “Равные возможности”, “Город без барьеров”.

- Создана пресс-группа, которая действует непосредственно при пресс-секретаре администрации.
- Во всех администрациях города на первом этаже открыты кабинеты по приему маломобильных граждан.
- В начале лета 2002 г. на ул. Гаврилова появилась красочная реклама “Краснодар — город без барьеров”, в центре города — “Краснодар доступен для всех!”
- Проект перешагнул черту города: проведены семинары по проблемам безбарьерной среды и освоению активной жизненной позиции инвалидов-опорников в Краснодаре, Новороссийске, Майкопе, Таганроге.
- Проведены психологические семинары о навыках уверенного поведения для 42 молодых инвалидов.
- Совместно с МТРК “Краснодар” был выпущен буклет «Город без барьеров», 1000 экз.
- Создана видеостудия при клубе “Радиант”, где обучаются операторским навыкам 123 ребенка, из них 3 инвалида.
- Улучшилось отношение к инвалидам: в местном транспорте уступают место, помогают подниматься по неудобным лестницам.
- Возросла социальная активность самих инвалидов, они стали выступать в прессе, на ТВ, участвовать в митингах.
- Вместе с МТРК “Краснодар” КГООИ “Орфей” вошел в сборник “Общественная журналистика “России” (опыт региональных телекомпаний), изд. “Интерньюс”, 2002.
- Общественное признание выразилось в награждении руководителя организации Л. Аксеновой медалью “За выдающийся вклад в развитие Кубани”, дипломом Союза писателей России и департамента по культуре края “За гуманность”.
- Активисты проекта радиожурналист Константин Антишин, Сергей Барсуков и колясочница Лидия Павлова стали лауреатами премии главы администрации города 2001 г., а Федор Шепеленко (колясочник) стал лауреатом премии края.

Сделай мир чище

Обзор

Общественная экологическая и природоохранная организация «Минеральные Воды — чистый город» известна своими программами в сфере улучшения окружающей среды в районе Кавказских Минеральных Вод.

Регион Кавказских Минеральных Вод является единственным в России особо охраняемым эколого-курортным регионом. Но, к сожалению, эти громкие слова зафиксированы только на бумаге, потому как никто особо не тревожится за экологию региона: у властей нет денег, у населения — живого примера и желания оторвать себя от дивана с телевизором. Так же, как и везде, осенью жгут листву, активно игнорируют мусорки на улицах, бросая окурки и упаковку от всяких продуктов на асфальт... Никогда не сотрется из памяти очевидца удивительно-прекрасная картина летающих в приземном пространстве полиэтиленовых пакетов. Все бы ничего, но в последнее время отдыхающих в этом регионе стало больше, и позволять им любоваться вышеописанными картинами и наслаждаться запахом жженой листвы — непозволительная роскошь. Да и для самих людей жить не на семи холмах, а на горах мусора — не царское дело.



Планирование

Проблема:

Нельзя утверждать, что город наполнен мусором. Каждое утро рота дворников, целая автоколонна спецмашин и другие хорошие люди убирают город, расчищают плацдарм для борьбы человеческой лени с чистотой на улицах. Сложилась ситуация, когда надо менять сознание населения, а не просто проводить разовые чистки.

Цель: показать населению, что в действительности мусора в городе много и что большая часть его делается руками самих горожан и, как следствие, их же руками количество мусора можно уменьшить (активно или пассивно).

Задачи:

- Провести общественные акции, направленные на привлечение внимания города к проблеме замусоренности городских улиц.

- Провести практические акции по очистке города и посадке деревьев.

Целевая аудитория:

- Жители города
- СМИ
- Местные органы власти

Реализация

■ Подготовительная работа: реквизит, плакаты, небольшие буклеты, рассказывающие о движении «Clean up the World» и данной акции в городе.

■ В субботний полдень 21 сентября 2002 года активисты и добровольцы данной организации вышли в центральную часть, в которой в выходные дни всегда собирается много народа, — в Центральный парк культуры и отдыха.

■ Перед входом в парк мы расстелили большое полотно, на котором был схематически изображен город Минеральные Воды с указанием основных достопримечательностей. Сверху все это великолепие завалили обычным мусором — смятыми бумажками, окурками, упаковкой от продуктов и т.п. Рядом с полотном были расставлены мусорные корзины. Всем прохожим предлагалось поднимать мусор с полотна и выкидывать его в мусорки, чтобы узнать, что же прячется под мусором. Сначала народ стеснялся, но замаскированные под обычных горожан добровольцы данной организации показали «пример из толпы», которому последовали всегда желающие повеселиться и побыть в центре внимания подростки, а потом уже и взрослые.

■ Параллельно с этим действием было рассказано об экологических проблемах города, путях их решения, просили уважать труд дворников и не мусорить на улицах, а также призывали поучаствовать в практических акциях нашей организации в рамках движения «Clean up the World», запланированных 22 сентября 2002 г. в г. Минеральные Воды.

■ Совместно с представителями Минераловодской территориальной государственной администрации была реализована другая часть практической акции — посадка деревьев и кустарников в районе новостроек города.

Оценка результатов

- В ходе данной двухдневной акции было привлечено к ее реали-

зации около 120 человек, собрано 76 мешков мусора, посажено 24 дерева и 14 кустарников.

- Городские газеты разместили 3 статьи о данной акции.

- Население увидело, что решение больших экологических проблем начинается с малого — простого уважения чужого труда и борьбы с собственной ленью, а также с соблюдения элементарного порядка вокруг себя.

- Администрация города совместно с крупным «Заводом № 411 гражданской авиации» изготовила мусорки для всего города, которые стоят теперь не только на центральных улицах, но и там, где нога человека ступает относительно нечасто.

Радость единства

Обзор

Наибольшую актуальность проблема толерантности приобретает в Новороссийске, в котором расселено более 50 различных в этническом, религиозном и социально-экономическом отношении народов. На данный момент существует ситуация разобщенности народов, конкурентное отношение друг к другу, проявляется неравенство в сфере образования, в структуре занятости и политическом статусе.



Планирование

Проблема:

В городе существуют националистические группировки и молодежные неформальные объединения, враждующие между собой. Чаще всего экстремизм встречается в подростковой среде. Случается, что молодежь из разных группировок и течений устраивает драки на почве неприятия позиции друг друга, а также громит магазины, исписывает стены надписями, унижающими человеческое достоинство людей разных национальностей и вероисповеданий. Разобщенность, неумение общаться, агрессивность присутствуют в молодежной среде города. Развитие сети Интернет-клубов препятствует развитию навыков общения, реальное общение заменяется виртуальным. Молодежь не умеет договариваться друг с другом, находить компромиссы, различные пути решения проблемных ситуаций.

Существуют проблемы взаимоотношений и внутри семей. В связи

с этим появилась необходимость показать молодежи новые пути решения проблемных ситуаций, научить терпимости к людям других взглядов, национальностей и вероисповеданий, а также научить принимать самобытность другого человека. В 2002 году был реализован совместный проект «Радость единства» общественной организацией «Развития и укрепления межнациональных отношений «РУМА», центром экологического образования «Аква» и фондом «Школа мира». Цель проекта была научить подростков терпимости, сформировать новый стиль поведения и образа жизни в подростковой среде. В 2003 году этот проект был продолжен общественными организациями «РУМА» и «Аква».

Цель:

- формирование позитивного отношения к представителям других национальностей и вероисповеданий;
- формирование социальной системы поддержки толерантных отношений между детьми со стороны родителей и учителей.

Задачи:

- вовлечь в проект «Радость единства» более 1000 учащихся из разных школ г. Новороссийска;
- провести 8 семинаров-тренингов с целью обучения навыкам толерантного поведения;
- провести 2 выездных фестиваля с целью подведения итогов и закрепления приобретенных знаний и навыков;
- провести творческий конкурс сочинений по теме «Мой шаг в развитии толерантности»;
- провести серию акций «Чистый город» (закрашивание надписей, унижающих достоинство, ремонт дворов и спортивных площадок);
- научить новым позитивным формам общения;
- распространить информацию о данном проекте;
- наладить сотрудничество с другими общественными организациями и образовательными учреждениями для успешной реализации проекта и дальнейшего взаимодействия;
- привлечь средства спонсоров на реализацию проекта;
- выступить партнером отдела по делам молодежи при администрации города с целью совместной реализации акций «Чистый город»;
- создать раздаточный материал по теме «Толерантность».

Целевая аудитория:

- Учащиеся разных школ
- СМИ

- Население города
- Администрация города

Реализация

- серия публикаций на страницах городских и краевых газет и выступления на ТВ (информация о проведенных мероприятиях, а также информация о проекте);

- выпуск листовок и печатной продукции и их распространение по школам и общественным организациям;

- переговоры с представителями отдела по делам молодежи по вопросу совместной реализации акций по теме «Толерантность».

- Первый семинар «Уроки толерантности для детей и родителей» был проведен с 22 по 30 марта (количество участников 40 чел.). Родители и дети на практике учились применять новые формы общения, принимать позицию как взрослого, так и ребенка. Продолжением данного семинара явилась акция «Дети — детям», в которой приняли участие ученики 5-го класса, прошедшие семинар-тренинг. Пятиклашками были собраны мягкие игрушки, книжки, видеокассеты, сладкие подарки для детей из детского дома. Это позволило узнать и принять другую сторону жизни.

- 17 апреля был проведен семинар-тренинг «Сплочение команды», в котором приняли участие 50 человек (учащиеся 8-х и 9-х классов). Цель семинара — информирование о проекте, сплочение команды, формирование умения находить похожие качества у разных людей, умение принять самобытность другого человека, знакомство с понятием «толерантность». Продолжением данного семинара явилась акция «Чистый город», в рамках которого осуществлялась покраска забора мемориального комплекса выставки боевого оружия и техники на Малой земле. Ребята были разбиты на команды, состав которых постоянно менялся, необходимо было суметь договориться, работая каждый раз в новом составе. Был снят видеосюжет, подростки высказывали свое мнение о том, что каждый из нас сможет сделать город лучше, если закрасит надписи, уберет мусор.

- 25 апреля был проведен семинар-тренинг «Уроки толерантности», приуроченный к годовщине геноцида армянского народа (в 1915 г. турки вырезали около 2 миллионов армян только по национальному признаку). Была проведена параллель с разными народностями, в том числе с чеченцами.

- 30 апреля проведены 2 семинара-тренинга «Разные поколения» (по 30 чел.), цель которого не только научить навыкам толерантного общения с людьми разных возрастных категорий, а также рассказать

о геноциде русского народа во времена сталинских репрессий. Были привлечены добровольцы из общественной организации «Мемориал». Следствием этого семинара явилась акция «Связь поколений», в рамках которой учащиеся разных школ разнесли более 100 писем-обращений людям, пострадавшим во времена сталинских репрессий.

■ В течение мая был проведен конкурс творческих работ «Мой шаг в развитии толерантности» среди школьников 5–9-х классов. Ребята писали сочинения на темы: «Многонациональный город – легко ли мне?», «Город без вражды: мечта или реальность?», «Мы такие разные», «Отцы и дети: как найти общий язык?», «Мой шаг в развитии толерантности». 23 мая состоялся «Творческий вечер» по итогам конкурса. На торжественное мероприятие были приглашены 20 участников, которым были вручены дипломы, а победителям также призы. Ребята привели своих друзей на этот праздник, был снят видеосюжет.

■ В течение апреля и мая было проведено 20 встреч с учащимися 5–9-х классов под названием «Уроки толерантности». Цель – информировать о деятельности проекта, о том, что такое толерантность, обучить навыкам толерантного общения.

■ Огромное внимание при реализации данного проекта мы уделяем тому, чтобы сформировать команду лидеров, обучить навыкам толерантности для более эффективной и масштабной образовательной-воспитательной работы. Собраны более 50 отзывов от участников, в которых они подчеркивают важность данной работы. Родители подростков также оказывают поддержку и одобрение.



Оценка результатов

■ вовлекли в реализацию проекта более 400 учащихся и 6 волонтеров, а также сформирована команда из числа подростков-волонтеров (на данный момент – 50 человек) для реализации акции «Праздник двора»;

■ выступили партнером отдела по делам молодежи;

■ акция «Дети – детям» имела продолжение: ученики 5-го класса еженедельно приходят в детский дом, привлекая своих друзей;

■ провели 6 семинаров-тренингов, обучили навыкам толерантного поведения участников проекта;

■ реализовали 3 акции;

■ закрепили знания и навыки посредством проведения конкурса творческих работ;

■ вовлекли более 20 родителей, 5 педагогов;

■ вышло 5 видеосюжетов и 7 публикаций.

«Весенняя неделя добра в Пятигорске»

Обзор

Пятигорская городская организация общественной организации «Российский Красный Крест» (Пятигорский ресурсный центр сети ЮФЦ) оказывает поддержку гражданских инициатив в районе Кавказских Минеральных Вод.

Пятигорск среди малых городов Ставропольского края выделяется большим количеством учебных заведений (18 вузов, 7 колледжей, 30 школ вместе с лицеями и гимназиями) и известен не только в крае, но и на российском уровне значительными успехами в молодежной политике. Только студентов вузов и колледжей около 26 тысяч. Весна, как и во всех регионах России, отличается наибольшей активностью молодежи и некоммерческих организаций в общественно-полезной деятельности.

Планирование

Проблема:

По давно устоявшейся традиции все действуют по своему плану, а полного представления о масштабах, количестве и итогах этих гражданских инициатив нет у населения, администрации, СМИ, даже у самих организаторов. СМИ чаще всего узнают о мероприятии уже перед его началом или в лучшем случае за день, а потому не всегда успевают посетить и осветить ряд событий в общественной жизни города, не считая мероприятий, которые проводит администрация. Общественность недостаточно осведомлена о молодежных добровольческих инициативах, о Весенней неделе добра и Всемирном дне молодежного служения, а некоммерческие организации по-прежнему в понятии обывателя «что-то непонятное».

Цель: Информирование общественности о происходящих событиях, гражданских инициативах.

Задачи:

■ Создание положительного имиджа общественно-полезной совместной деятельности администрации, общественных объединений, учреждений образования, муниципальных учреждений.

- Вовлечение наибольшего количества молодежи в добровольческую деятельность.
- Вовлечение СМИ в более масштабное освещение жизни города с участием общественности.

Целевая аудитория:

- СМИ
- Администрация
- НКО
- Муниципальные предприятия
- Учебные заведения
- Население города

Реализация

Организаторами выступили: пятигорская городская организация общественной организации «Российский Красный Крест», Союз молодежи Ставрополя, управление образованием. Мероприятия начались 2 апреля и закончились 26 апреля. В рамках кампании были проведены следующие мероприятия:

- Изготовление пресс-релиза с призывом к молодежи принять участие в широкомасштабной акции «Молодежь изменяет мир».
- Ресурсный центр (РЦ) собрал клуб лидеров, объявил о своих намерениях и предложил состав координационного комитета (КК), в который вошли представители РЦ, других НКО, ведущие специалисты управления образованием и здравоохранением, журналист региональной газеты. На первом заседании КК утвердил план проведения в городе ВДМС и ВНД, который получили СМИ, администрация и все организации — участники акции.
- О предстоящей ВДМС и ВНД сообщалось в пресс-релизе и газетах: «Бизнес КМВ» (01.04.03, «Молодежь изменяет мир»), «Кавказская здравница» (02.04.03, «Послужим добру и миру»), а также по городскому радио и радио «Провинция».
- 25 апреля прошла акция «Наркомания — чума XXI века» во Дворце пионеров и школьников.
- Состоялось награждение победителей городского школьного конкурса рисунков и стенгазет на тему наркомании и алкоголизма. РЦ готовил дипломы, и вручены они были от имени РЦ, управления образованием и Дворца пионеров.
- Состоялись дни открытых дверей в НКО.

Оценка результатов

- Впервые была создана такая большая коалиция самых разных

организаций, объединенная в мероприятия ВНД под девизом «Молодежь изменяет мир». Активное участие в акциях приняли 25 НКО, филиал Северо-Кавказской академии госслужбы, институт им. В.Д. Чурсина, социальный и торгово-экономический университеты, 30 общеобразовательных учебных заведений (школы, лицеи, гимназия), Дворец пионеров и школьников, администрации микрорайонов «Белая Ромашка» и «Бештау – Гора-Пост», музей «Домик Лермонтова», городской Дом культуры, Пост № 1 у Огня вечной славы, отдел физкультуры и спорта.

■ Выросло число публикаций в печатных СМИ и сообщений в теленовостях о текущей деятельности НКО.

■ Интерес жителей ко всему происходящему вокруг усиливался постоянными сообщениями в СМИ об успехах пятигорской молодежи за пределами Пятигорска (победа сборной команды КВН в одной восьмой финала в Москве; теплый прием 30 юнармейцев Поста № 1 правительством Москвы и почетная вахта памяти у могилы Неизвестного солдата у Кремлевской стены в Александровском саду.

■ По решению координационного комитета 18 студентам трех вузов Пятигорска (лучшим добровольцам ВНД) вручены в торжественной обстановке изготовленные РЦ дипломы с логотипами акции, РЦ и Союза молодежи.

■ За период PR-кампании состоялось 33 мероприятия с участием 4344 молодых добровольцев. Все они были отражены в местных СМИ.



Ветер перемен

Обзор

На сегодняшний день в России трудно найти человека, который не согласился бы с необходимостью проведения глубокой социальной реформы. И об этом на Гражданском форуме России в г. Москве в ноябре 2001 г. говорили участники форума с министром труда и социального развития Починком А.П. В ходе работы переговорной площадки остро стояли вопросы о разработке концепции социальной политики, основанной на разгосударствлении социальной сферы и привлечении инициатив граждан.

Муниципальный грант является одной из форм поддержки органами местного самоуправления инициатив, программ и проектов НКО, способствующих решению социальных проблем города и повышению качества социальных услуг.

Армавирские общественные организации, такие, как «Легкое дыхание», «Людмила», «Правое дело», «Журавлик», «Жизнь без наркотиков» и др., своей деятельностью доказали, что они могут способствовать решению острых социальных проблем. Но многие проекты невозможно реализовать без достаточного финансирования. Часть общественных организаций, таких, как ветеранские, инвалидные, получают финансирование из городского бюджета. Однако это носит разовый характер и выражается в виде оплаты телефона, аренды помещения.

Социальные проблемы решаются самими организациями без участия и финансирования местного бюджета.

В городе Армавире проводилась определенная работа в направлении продвижения муниципального гранта. Группой общественных организаций разработан проект положения о муниципальном гранте, поэтому необходимости в разработке нового проекта положения нет. Существующий проект требует уточнений не только от представителей общественных организаций, но и от представителей администрации.

Планирование

Цель: Доведение до органов власти необходимости принятия положения о муниципальном гранте.

Задачи:

- Создание коалиции общественных организаций.

- Определение стратегии и формы проведения кампании.
- Подготовка положения о муниципальном гранте.
- Продвижение положения о муниципальном гранте.

Целевая аудитория:

- Органы власти
- Общественные организации
- НКО
- Население
- СМИ

Реализация

■ До начала мероприятий по проекту были распространены пресс-релизы в средствах массовой информации.

■ Была создана коалиция общественных организаций, готовых участвовать в продвижении муниципального гранта. В коалицию вошли такие общественные организации, как: «Легкое дыхание», «Правое дело», «Людмила», «Жизнь без наркотиков», «Журавлик», «Клуб сюжетно-ролевых игр», АГОО «Культурно-эстетический дизайн-клуб «Модель», ветеранская организация «Надежда», «Новое поколение», Союз «Чернобыль» России, ЦСБИ «Пересвет».



■ Определены ответственные за работу со СМИ и подготовку пресс-релизов; ответственные за работу с депутатами.

■ Определена стратегия: информирование органов власти о муниципальном гранте.

■ Был сформирован экспертный совет, в состав которого вошли представители НКО и депутаты городской Думы.

■ Был предложен слоган «НКО за муниципальный грант».

■ В доработке положения о муниципальном гранте приняли участие юристы организации ККПОО «Правое дело», а также члены коалиции, волонтеры, депутаты городской Думы, поддерживающие интересы НКО. Проект Положения о муниципальном гранте был обсужден, внесены изменения и дополнения.

■ Прошли неоднократные встречи с председателем постоянной

комиссии по связям с общественными организациями, членами комиссии, помощником депутата Законодательного собрания края, депутатом городской думы, юристом городской Думы.

- На втором «круглом столе», с участием экспертов Краснодарского клуба гражданского образования ККМОО «ТС «Южная Волна», был рассмотрен опыт взаимодействия с властью с учетом опыта краснодарских общественных организаций.

- Пакет документов с уточнениями и дополнениями был передан лично председателю городской Думы и главе города. В лоббировании интересов оказывал поддержку начальник инвестиционно-аналитического отдела администрации города.

- Лоббирование проекта Положения включало в себя, наряду с продвижением интересов коалиции в администрации города, и широкую информационную кампанию в СМИ города; в частности, в газете краснодарской краевой правозащитной общественной организации «Правое дело» «Армавирский акцент» регулярно публиковалась информация по проекту.



Оценка результатов

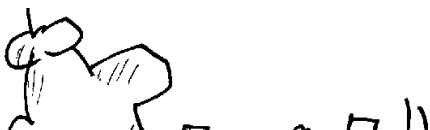
- Повысилась информированность жителей города о деятельности третьего сектора.

- Активизировалось участие НКО в решении социальных проблем.

- Незапланированным результатом активной работы по проекту.

- Отделы по делам молодежных программ, по взаимодействию с общественными организациями города Армавира одобрили проект «За социальное партнёрство», целью которого является содействие развитию новых форм взаимодействия общественных организаций и отдела по делам молодежи в области молодежной политики. В рамках этой программы был объявлен и проведен конкурс социальных молодежных программ, по результатам которого 6 (шесть) общественных организаций получили финансирование.

- Впервые в г. Армавире муниципальные средства выделены и будут потрачены на деятельность общественных организаций.



Земля Анабас

Обзор

Одни из самых «страдающих» участков Черноморского побережья — так называемые дикие пляжи. Являясь практически ничейными, они представляют собой во время летнего сезона буквально мусорную свалку, находясь порой буквально в паре метров от официальных пляжей, которые убираются. Кроме мусора на побережье эти пляжи захламлены и в подводной части.

Планирование

Цель: привлечь внимание общественности к проблеме загрязненности пляжей.

Задачи:

- убрать мусор на пляже,
- показать органам власти, что вместо принудительных субботников можно организовывать интересные лагеря, где молодежь будет работать добровольно и с желанием.



Целевая аудитория:

- Местные органы власти
- Население
- Молодежь
- СМИ

Реализация

С 7 по 21 июля в рамках проекта «Открытая дверь» молодежная организация «Семь ветров» провела летний молодежный экологический палаточный лагерь «Земля Анабас» на побережье в поселке Южная Озереевка.

- Лагерь был организован при поддержке военно-патриотического клуба «Подводник», отдела по делам молодежи администрации города Новороссийска, МБОФ «Созидание».

- Были привлечены средства на: питание, транспорт, туристическое снаряжение.

- Была достигнута договоренность с компрессорной станцией, и акваланги забивались практически все время на безвозмездной основе.

- Была достигнута договоренность с руководством погранзаставы в поселке Южная Озереевка, которая обеспечила лагерь охраной и разрешила брать на своей территории пресную воду.

- В лагере под развевающимся Российским флагом и флагом «Семи ветров» постоянно находилось 27 человек в возрасте от 14 до 27 лет.

- Вся жизнь в лагере строилась на полном самообеспечении, начиная от приноса воды и заканчивая ночными дежурствами по охране территории.

- Два раза в день проводилась уборка «дикого» пляжа. Также каждый участник лагеря обследовал в акваланге порученный ему отрезок подводного участка пляжа.

- В ближайших магазинах добровольцы попросили картонные коробки, разрисовали и написали красочные плакаты на ватмане. «Мусор твой враг — победи его!», «Жизнь хороша, когда мусора ни шиша!»

Оценка результатов

Коробки, плакаты установили на пляжах, поскольку на «ничейной» территории урн нет. Люди гораздо охотнее бросают мусор в коробки, чем себе под ноги.

Некоторые отдыхающие приезжали на этот пляж каждый день и уже сами помогали отнести мешки с мусором к бакам. В ходе этой акции прозвучали слова: «В жизни теперь не буду мусорить...»

В интервью, которые журналисты брали у местных жителей — о том, что стоит молодежный экологический лагерь, где народ по собственной воле без всякого принуждения убирает мусор, — заставило задуматься многих.

Местные органы власти выставили коробки для сбора мусора на пляже.

За все время лагеря было убрано 700 мешков мусора.

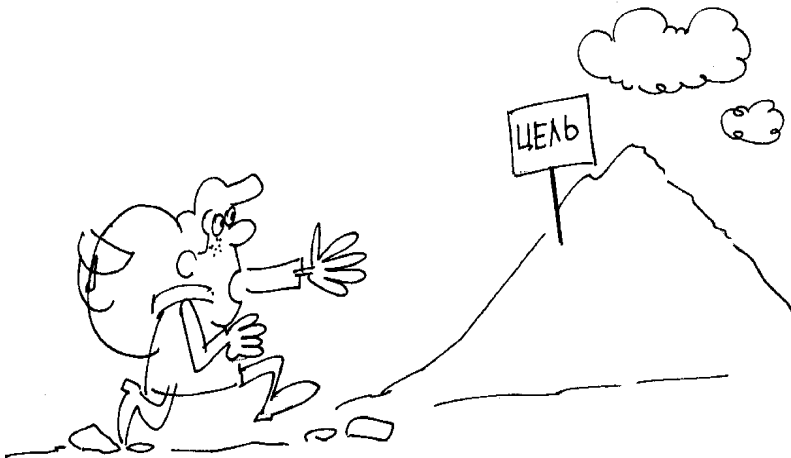
Были привлечены все городские СМИ.

Про лагерь было 2 печатных материала (на страницу и центральный материал на полосе), два сюжета на телевидении, две радиопередачи на «Радио России», подготовленные фондом независимого радиовещания, приезжавшего в лагерь.

По окончании лагеря краевая администрация предложила выделить средства на следующий поток.

В 2003 году на побережье будет установлен совместный лагерь АГС (поддержанный фондом «Созидание», где будут ребята со всей России и «Семи ветров»).

В 2003 году в сборник «Социальный капитал» вошла статья об успешном сборе средств на реализацию молодежных добровольческих проектов на примере проекта «Открытая дверь», частью которого и была «Земля Анабас». Материалу присуждена вторая премия.



Движение «Прорыв»

Обзор

Не секрет, что явка молодежи на выборы оставляет желать лучшего. Молодежное движение «Прорыв» с самого начала не скрывало того, что оно организовано на время выборов, что участники движения голосуют и хотят, чтобы их примеру последовали другие.

Молодежь хочет выделиться, она хочет быть причастной к «силе», ее всегда манят экстрим и противопоставления, она хочет самовыразиться. Это одни из основных мотивов, которыми стоит пользоваться при организации молодежных кампаний.

Планирование

Цель: повысить избирательную активность молодежи.

Целевая аудитория:

- Молодежь
- СМИ
- Население города
- Местные органы власти

Реализация

Был разработан логотип движения и основной слоган. 17 февраля 2003 года ровно в 20.03 в разных частях города-героя Новороссийска взлетели вверх яркие столпы фейерверка. Это было рождение молодежного идейного движения «Прорыв». Многим жителям было непонятно, почему в понедельник грянули взрывы, свадеб вроде бы нет.

Утром после фейерверка по всему городу висели первые плакаты. Изображенное на них некоторых просто ставило в тупик. На плакате — ребенок, только начинающий жить, только впервые вдохнувший этот воздух, только впервые увидевший свет, но уже способный выражать свое мнение. Он кое-что показывает миру на пальцах... Надпись: «Прорыв. Начни жить!»

В первом интервью участники движения стояли в закрытых косынках (с логотипом движения) лицами и говорили о том, что это не рекламная кампания их самих — это движения молодежи...

После такого начала о «Прорыве» заговорил весь город.

Одновременно с «круглыми столами» по вопросам молодежной активности во время выборов, а вернее, ее неактивности началось проведение серии SMS-конкурсов. SMS в наше время популярный канал общения молодежи. Начали с простого, работающего на запоминание имени: конкурс SMS-сообщений на самые оригинальные поздравления к 23 Февраля и 8 Марта. Реклама конкурса шла по радио.

Первый большой засвет «Прорыва» был на концерте группы Дискотека «Авария». «Прорывные» мерзли со всеми, кто пришел на концерт на городской площади. В конце концов «прорывные» предложили свою помощь, таскали аппаратуру, подгоняли ребят из «Аварии» и концерт начался. Флажки «Прорыва» просто выдирали из рук: «Прорыв! Начни жить!»

Был проведен мониторинг молодежной политики в г. Новороссийске: анкетирование и фокус-группы. Были получены ответы на такие вопросы: какие эпитеты молодежь добавила бы к названию города; какие самые популярные места «тусовок»; почему они не ходят на выборы? Эти вопросы интересовали СМИ.



Не секрет, что ни один город не похож на другой. Каждый город — это свой мир. В каждом городе живут свои прекрасные люди. Каждый город звучит по-своему. В каждом городе СВОЯ мелодия. «Прорыв» провел серию концертов новороссийских творческих коллективов «Мелодии твоего города». Никакой агитации, просто слова: иди на выборы, выбери все сам. Во время концертов на площади стояли стенды, где активисты движения записывали ассоциации зрителей к рисункам на плакатах.

«Прорыв» выпустил серию листовок и специальных молодежных газет. Работал постоянный телефон связи.

Были выпущены наклейки с логотипом движения, флажки раздавались на всех городских молодежных мероприятиях (от КВН до заседания студенческого совета).

Также были выпущены значки с логотипом движения, надписью «23 марта — выборы главы города Новороссийска» и строчкой из

культовой молодежной песни, к примеру «Раскачаем этот мир», «Мы ждем перемен».

Проведены встречи с неформальными лидерами разных молодежных кругов, в результате флажки и наклейки появились в местах скопления молодежи.

Перед днем голосования по радио и бегущей строкой шла одна фраза «Прорыв! Все на выборы!» В день выборов был организован концерт для того, чтобы у молодежи был лишний повод выйти из дома.

Оценка результатов

■ СМИ реагировали по-разному: и отрицательно, и положительно. Но чем больше ругают молодежное движение, тем популярнее оно в своей среде.

■ По информации крайизбиркома, явка молодежи на выборы мэра Новороссийска была рекордной. На некоторых участках она перевалила за 50 процентов от общего числа голосующих.

III. Глоссарий терминов по теме «Обучение взрослых»

*Когда планируем на год, сеем зерно.
Когда планируем на десятилетия, сажаем деревья.
Когда планируем на всю жизнь —
обучаем и воспитываем людей.
(Китайская пословица)*

Справедливо полагая, что данный методический труд будут читать прежде всего специалисты по обучению, и в частности по обучению взрослых, мы решили включить в брошюру глоссарий терминов по теме «Обучение взрослых». Нам кажется, что полезность данного раздела для тренеров, консультантов и просто интересующихся этой темой очевидна.



А

Андрагогика — искусство и наука обучения взрослых. [1]

Андрагогическая модель — организация обучения таким образом, что ученик (обучающийся) полностью отвечает за определение области обучения, оценку полезности обучения, выбор методов и графика, а также за оценку результатов обучения. Ученик выступает в качестве основной движущей силы обучения, в то время как преподаватель играет роль координатора, «архитектора» форм и возможностей обучения. [1]

В

Взрослый — человек, достигший физиологической, психологической и социальной зрелости, обладающий определенным жизненным опытом, зрелым и постоянно растущим уровнем самосознания, вы-

полняющий роли, традиционно закрепленные обществом за взрослыми людьми, и принимающий на себя полную ответственность за свою жизнь (в том числе экономическую и моральную) и поведение. [20]

Всякий человек, признанный взрослым в том обществе, к которому он принадлежит (определение ЮНЕСКО, 1976 г.). [20]

Взрослый учащийся — лицо дееспособного возраста, тем или иным образом совмещающее или совмещавшее ранее учебную деятельность с занятостью в сфере оплачиваемого труда. [22]

Г

Групповая дискуссия — общение между двумя и более участниками в какой-либо обучающей ситуации. Может быть элементом "круглого стола", обсуждения конкретной ситуации и других методов. [1]



Групповой тренинг — метод обучения аудитории в процессе построения эффективно взаимодействующей группы. Имеет своей целью изменение поведенческих принципов и (или) развитие лидерских способностей обучающихся. [1]

Групповые проекты — организация обучающихся в малые группы для выполнения определенного задания (как правило — решение определенной проблемы). [1]

Д

Дебрифинг — стадия, завершающая упражнения, направленные на внутреннюю работу человека. Когда человек открывает в себе что-то новое или ранее не осознаваемое, его могут переполнить определенные чувства. Упражнения, направленные на внутреннюю работу человека, обязательно должны заканчиваться обсуждением с участвующими тех чувств, которые они пережили в процессе выполнения этого упражнения. Такая стадия имеет название «время дебрифинга», ее цель — снять внутреннее эмоциональное напряжение. В ролевой игре термин «дебрифинг» имеет несколько иное значение — это

процесс выхода участников из роли, которую они выполняли. [8]

Деловая игра — одна из форм имитации; заключается в организации соревнования между несколькими обучающимися или командами обучающихся в процессе достижения какой-либо заранее поставленной цели. [1]

Диагностика проблемы — групповое обсуждение заданной ситуации с целью установления основной лежащей в ее основе проблемы. [1]

Дистанционное обучение — использование сетевых каналов и технологий для организации процесса обучения в случае удаленности инструктора и обучающегося или обучающегося и центра сосредоточения образовательных ресурсов. [1]

Способ организации процесса обучения, основанный на использовании современных информационных и телекоммуникационных технологий, позволяющих осуществлять обучение на расстоянии без непосредственного контакта между преподавателем и учащимся. [41]



3

Закон эффекта — концепция теории мотивации: люди стремятся повторять тот тип поведения, который, по их оценкам, позволяет удовлетворить их потребности, и избегать поведения такого типа, которое не приводит к удовлетворению потребностей. [3]

Защита восприятия — это склонность защищать себя от идей, объектов или ситуаций, которые несут угрозу. Обычное индивидуальное видение мира может оказывать сопротивление изменениям. Когда люди слышат или видят то, что не совпадает с их верованиями или ценностями, они ощущают познавательный диссонанс. В результате дискомфорта, вызванного этим диссонансом, они либо оправдывают свои верования (поведение), либо воспринимают новую информацию так, чтобы она не противоречила их «пониманию мира». [8]

Игра имитационная (деловая) — в центре деловой игры-имитации часто оказывается структура функциональных связей в организации. Такие игры позволяют: отражать основные черты рабочей реальности; воссоздавать реальные деловые ситуации; отрабатывать функциональные взаимодействия. В отличие от ролевой игры имитация не предполагает погружения в роль. Взаимодействия людей скорее просчитываются и обдумываются, нежели «проживаются». Имитационные (деловые) игры ставят участников в обстоятельства, требующие оперативных решений. Цепочка решений формирует маршрут участия человека в имитационной игре. [8]

Игра моделирующая — основана на замене реальности обобщенной и иногда чрезвычайно отстраненной моделью. Моделирующие игры, в отличие от ролевых, могут перенести участников в ситуации, сильно удаленные от реальности или совершенно условные. Условность моделей позволяет отдалиться от рабочей реальности, не испытывая давления проблем производственного характера, в то же время заложенная в модели структура действий позволяет эффективно отрабатывать способы действий, навыки. [6]

Игра ролевая — метод обучения, при котором обучающиеся играют определенные роли в неформальной, но максимально реалистичной манере. Может носить структурированный или спонтанный характер. [1]

Основана на разыгрывании условной роли. Исполнение роли дает участникам возможность: исследовать свое «естественное», т.е. привычное поведение; выйти за рамки привычных поведенческих шаблонов; освоить действия, необходимые на рабочем месте. Обучающий эффект ролевой игры усиливается благодаря использованию видеосъемки. В ролевой игре задаются сюжетная завязка роли, правила обычно не проговариваются — подразумевается, что каждый понимает, как действовать исходя из рамок своей роли. Ролевая игра позволяет увидеть и зафиксировать не только образ дей-

ствий, но и отношение человека к тому, *как* он действует. [6]

Цель ролевой игры — развитие навыков и отношений, а не углубление знаний. Методики проведения ролевых игр способствуют развитию навыков критического мышления, решению проблем, отработке различных вариантов поведения в проблемных ситуациях, воспитанию понимания других людей. Через игру участвующие могут лучше понять собственные действия в реальной жизни, избавиться от страха за последствия своих ошибок. [8]

Имитация — воссоздание максимально приближенных к реальным условиям ситуаций под контролем инструктора. [1]

Инновация (нововведение) — поиск и получение новых результатов, способов их создания, устранение рутинных, неэффективных условий труда, управленческих структур. Создание и распространение нового средства (новшества), которое удовлетворяет потребности человека и общества и вызывает вместе с тем социальные и другие изменения. [31]



Интерактивные обучающие методы — направленные дискуссии, структурированные переживания (experiences), разыгрывание ролей, игры и моделирование. [5]

Интроверсия (intro — внутрь) — фиксация внимания личности на своих собственных интересах, своем внутреннем мире. Интроверты свои интересы считают наиболее важными, придают им высшую ценность. Для них характерны необщительность, замкнутость, социальная пассивность, склонность к самоанализу, достаточно сложная социальная адаптация. [3]

К

Каналы восприятия — один из наиболее важных фильтров восприятия: зрение, слух и чувства. Визуальный — то, что мы видим (образы, картинки, кино). Аудиальный — то, что мы слышим (речь,

свист ветра, звук капающей воды, интонации, тембр, высота голоса). Кинестетический (от греч. «кинес» — «движение») — то, что мы чувствуем, сюда же относятся запах и вкус. [12]

Категории (факторы) мотивации учения (по Г. Розенфельду):

- Обучение ради обучения, без удовольствия от деятельности или без интереса к преподаваемому предмету.
- Обучение без личных интересов и выгод.
- Обучение для социальной идентификации.
- Обучение ради успеха или из-за боязни неудач.
- Обучение по принуждению или под давлением.
- Обучение, основанное на понятиях и моральных обязательствах или на общепринятых нормах.
- Обучение для достижения цели в обыденной жизни.
- Обучение, основанное на социальных целях, требованиях и ценностях. [38]



Качество образования — качественные изменения в учебном процессе и в среде, окружающей обучающихся, которые можно зафиксировать как улучшение их знаний, умений и ценностей. [23]

Качество образовательной услуги — ее способность удовлетворить потребности и ожидания конкретного потребителя. [33]

Кейс (конкретная ситуация) (case — случай) — основан на реальной действительности (например, функционирование какого-либо предприятия), описывает его деятельность и включает в себя дополнительную отраслевую информацию, направленную на поиск и реализацию того или иного решения в процессе обсуждения в группе или индивидуально. Некоторые типы кейсов: иллюстрирующие какую-либо теорию или концепцию; освещающие исторические события; предназначенные для обучения принятия решений; обучающие навыкам анализа и систематизации информации. Многие кейсы не имеют четко определенного профиля, так как содержат в себе многие из вышеназванных аспектов. Обычно кейсы относятся к одной из изучаемых

дисциплин, но могут быть и междисциплинарные кейсы. [7]

Кейс-метод (кейс-стади, метод конкретных ситуаций) (case-study)— техника обучения, использующая описание реальных экономических и социальных ситуаций. Под ситуацией (кейсом) понимается письменное описание какой-то конкретной реальной ситуации в организации, например, история образования, организационное становление организации, ее развитие, результаты в бизнесе. Обучающихся просят проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Метод разработан в 20-х гг. в Гарварде. Американские кейсы несколько отличаются от европейских. Они обычно больше по объему (20—25 стр. текста). В Европе кейсы в 1,5—2 раза короче и, как правило, не имеют единственно верного решения, многовариантны. Инструктор должен поощрять расхождение точек зрения и инициировать дискуссию. При использовании данного метода следует избегать излишних споров, не допускать, чтобы лишь некоторые слушатели доминировали в дискуссии, намеренного ведения дискуссии к тому решению, которое ведущий предпочел бы сам. Различают «полевые» (основанные на реальном фактическом материале) и «кресельные» (вымышленные) кейсы. [3]

Методика ситуационного обучения, понимаемая как непрерывный процесс, направленный на систематическое, целенаправленное описание, изучение, анализ объектов реальной действительности (например, предприятие, компания, организация и т.д.). Этот метод способствует развитию изобретательности, умения решать проблемы. Он развивает способность проведения анализа и диагностики проблем. С его помощью развиваются такие квалификационные качества, как умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию. Данный метод, наконец, способствует развитию у обучающихся чувства уверенности в себе, способствует преодолению излишней робости и чрезмерной самоуверенности. По мнению ведущих специалистов, кейс-метод в наибольшей степени способствует особенностям осуществления управленческого образования, так как: конкретные ситуации свя-

зывают обучение с реальностью; работа с конкретной ситуацией дает возможность обучаемому осуществлять свободный поиск путей анализа и решения проблем, т.е. учебный процесс идет в форме творческого поиска; при разборе конкретной ситуации обучаемый занимает активную позицию, фактически сам генерирует идеи и активно взаимодействует с другими обучаемыми; в процессе разбора конкретной ситуации и ее анализа обучаемые сами ставят для себя вопросы и ищут способы ответа на них. [7]

Вспомогательный набор описательных схем. Изучение конкретных случаев помогает проанализировать все аспекты определенной ситуации. Это может быть существенным при нечеткости причинно-следственных связей, когда усилия направлены на разработку гипотезы о связях между причиной и следствием. [34]



Коммуникация — способ общения и передачи информации от человека к человеку в виде устных и письменных сообщений, языка телодвижений и параметров речи. Эффективность К. во многом определяется состояниями, в которых находятся лица, вступающие в К. В зависимости от обстоятельств эти состояния могут меняться. [3]

Передача некоторой идеи от источника к получателю в целях изменения поведения (знаний или социальных установок) получателя. По своему содержанию коммуникация представляет собой процесс обмена информацией между людьми, в котором можно выделить четыре основных элемента: отправитель (лицо, генерирующее идеи или собирающее информацию и передающее ее) — сообщение (собственно информация, закодированная с помощью символов) — канал (средство передачи информации) — получатель (лицо, которому предназначена информация и который интерпретирует ее). [31]

Конкретная ситуация — описание действительных событий, имевших место в процессе ведения бизнеса в словах, цифрах и образах. Это как бы срез этого процесса, фиксация его динамики в определенных временных границах, ставящая обучающегося перед выбором путей решения проблем и курса последующих действий. КС как метод обучения строится на воссоздании реальной деловой ситуации путем

метафор и моделирования. При этом каждая КС является результатом действительно происшедших событий и таким образом служит как бы метафорой для определенного набора проблем. [42]

Консультирование (consultation) — это способ, посредством которого один человек оказывает помощь другому, используя для этого целенаправленную беседу. Консультирование подразумевает под собой серию сессий, направленных на решение проблемы. Это процесс, в ходе которого два человека собираются вместе для исследования личных проблем и поиска их решений. Это метод поиска практических решений проблем, связанных с работой, или же проблем личного характера. [17]

Корзина (погружение) — сочетание имитации, ролевой игры и обсуждения конкретной ситуации, при котором обучающийся получает ряд максимально приближенных к реальности материалов и основывающихся на них требующих решения проблем. Возможна организация группового и индивидуального занятия. [1]



Л

Лекция (лат. lectio — чтение) — структурированное изложение, возможно с использованием наглядных средств, целью которого является передача знаний, опыта, характеристика событий, фактов, представление концепций и принципов. [1]

Эта форма базируется на устной передаче знаний и восприятию этих знаний учащимися, отличается непосредственным воздействием учителя на слушателей. [27]

Систематическое устное изложение учебного материала, какого-либо вопроса, научной, политической темы. [41]

М

Метод — определенный путь, способ, прием решений задачи теоретического, практического, познавательного, управленческого, житейского характера. [3]

Методика — 1) Наука о методах преподавания. 2) Совокупность методов обучения чему-нибудь., практического выполнения чего-нибудь.

Методы обучения — методы, классифицируемые на: 1) пассивные и активные; 2) индивидуальные и групповые; 3) без и с отрывом от производства. Активные и пассивные методы различаются по степени активности, которую проявляют обучающиеся. Например, лекция, во время которой слушатель может дремать, заниматься своими делами, или деловая игра, требующая участия всех. Индивидуальные и групповые методы обучения также имеют свои достоинства и недостатки. При индивидуальном методе обучения проявляется возможность полностью сосредоточиться на конкретных знаниях и умениях одного человека. Групповое обучение требует меньше финансовых затрат. Методы обучения без отрыва от производства интегрированы с самим производственным процессом, немедленно применяются на практике. [3]



Моделирование — наглядное представление различными способами (макет, графика, компьютерные модели) системы, структуры, устройства, процесса для анализа и обсуждения. [1]

Модель — условная замена реальности, в которой мы сохраняем ее избранные черты, значимые для нас. [6]

Мотив учебной деятельности — все факторы, обуславливающие проявление учебной активности: мотивы, цели, установки, чувство долга, интересы (по Е.П. Ильину). [38]

Мотиваторы — побуждающие факторы, внешние по отношению к человеку раздражители. Если они соответствуют его потребностям (мотивам), то побуждают человека к определенному виду поведения. [3]

Мотивация — использование мотивов поведения человека в прак-

тике управления его деятельностью. В современной теории управления мотивация трактуется как процесс побуждения людей для достижения целей организации. [3]

H

Навык — доведенное до автоматизма умение решать тот или иной вид задачи (чаще — двигательных). Всякий новый способ действия, протекая первоначально как некоторое самостоятельное, развернутое и сознательное действие, затем в результате многократных повторений может осуществляться уже в качестве автоматически выполняемого действия. Навыки в сфере трудовой деятельности являются важным элементом квалификации и профессиональной компетентности работника. В отличие от привычки, навык, как правило, не связан с устойчивой тенденцией к актуализации в определенных условиях. [3]

Написание конкретной ситуации — процесс разработки конкретной ситуации. Включает в себя этапы подготовки, поиска организации, сбора данных, написания и согласования КС с организацией-прототипом, а также тестирования КС и внесения необходимых дополнений и изменений. [1]

Научение (learning) — процесс приобретения знаний, умений и установок посредством опыта, размышлений, исследования или инструктажа. [16]

Научение практикующее (experiential learning) — основано на предположении, что навыки, умения и адекватное поведение в целом наиболее эффективно формируются в ходе приобретения опыта с последующим его осмыслением, теоретизацией и проверкой на практике. [42]

Новые технологии обучения — современные средства мультимедиа и Интернет-ресурсы, применение которых на всех стадиях разработок и предоставления курсов обучения обеспечивает максимально активное вовлечение обучающихся в процесс в основном самостоя-

тельного, мотивированного получения реальных навыков, необходимых для их личного и карьерного развития. [1]

О

Образование взрослых (adult education) — включает весь комплекс поступательных процессов формального или иного обучения, с помощью которых люди, являющиеся с точки зрения общества, к которому они принадлежат, взрослыми, развивают свои способности, обогащают свои знания и совершенствуют технические и профессиональные квалификации или же применяют их в новом направлении для удовлетворения своих потребностей и потребностей своего общества. Обучение взрослых охватывает как формальное, так и непрерывное образование, неформальное обучение и весь спектр неофициального и побочного обучения, существующих в поликультурном обучающемся обществе, в котором признаются подходы, основанные на теории и практике. [18]



Процесс и результат, которые обеспечиваются системой учреждений и образовательных программ и направлены на преемственное обогащение знаний и умений, приобретенных человеком до вступления в сферу оплачиваемой трудовой деятельности. [22]

Обратная связь (feed-back) — предоставление человеку информации о его действиях, их результатах и последствиях. Мощное средство усвоения нового опыта. [8]

Обсуждение — одна из основных техник, привлекающая участвующих в тренинге к активному обмену информацией и опытом. При обсуждении максимально усиливается взаимодействие между членами группы. Обсуждение используют как самостоятельную технику или как дополнение к другим техникам. Этот метод позволяет услышать различные аргументы и точки зрения участвующих, сделать обобщения, сгруппировать информацию, дать возможность высказаться всем. Успешность применения этого метода во многом зависит от умения тренера задавать вопросы для достижения определенной цели. Бази-

руется на открытых вопросах. Участники группы отвечают, дают собственное видение по принципу добровольности. Тренерам важно эффективно использовать навыки фасилитации. [8]

Обсуждение конкретных ситуаций — представление реальной или придуманной, но реалистичной ситуации, события, явления для последующего обсуждения и анализа. [1]

Обучение (education) — специально организованный процесс, целью/ назначением которого является освоение новых знаний, умений и навыков и/ или изменение отношения к чему-либо. [2]

а) относительно постоянные изменения в поведении; б) приобретение или развитие знаний и понимания, умений и возможностей, эмоциональной компетенции и взаимоотношений. Это и процесс, и результат. Обучение может быть представлено тренингами или самостоятельным изучением/саморазвитием. [15]

Процесс усвоения и выработки систематизированных знаний, умений, ценностей и представлений, выходящих за рамки узкой сферы деятельности и позволяющих анализировать и решать широкий круг проблем. [16]

Процесс восприятия и накопления информации, соединение воспринятого с другой информацией, относящейся к тому же предмету (порождение ассоциаций или образов). [39]

Основная составляющая образовательного процесса. Общий термин, употребляемый для обозначения целенаправленной деятельности профессионального педагога или иного компетентного лица. Имеет двойное выражение: 1) сообщение знаний, формирование навыков и умений, необходимых для успешного участия в различных видах социальной деятельности; 2) общее развитие человека как личности, обогащение его духовного мира и творческого потенциала. [41]

П

Педагогическая модель — организация обучения таким образом, что преподаватель несет полную ответственность за определение со-

держания, методов, графика обучения, в то время как ученика характеризует подчиненная роль, предполагающая следование инструкциям преподавателя. [1]

Петля обратной связи — элемент, являющийся сердцем любой самоорганизующейся системы (человек, семья, организация, общество). Постоянно получаемая обратная связь позволяет замечать, насколько каждый конкретный шаг приближает нас к цели или, наоборот, уводит от нее. Наличие этой обратной связи дает возможность адаптироваться к изменениям условий внешнего мира и своевременно реагировать на возникающие в процессе реализации цели сложности. Ее функция заключается в постоянном сравнении того, что вы получаете в результате каждого действия, с представлением вашей цели. Отсюда следует, что кроме критериев достижения цели полезно иметь промежуточные критерии, которые, как вехи, будут указывать верное направление. [11]



108

Позитивное отношение порождает энергию, реализованная энергия порождает позитивное отношение. [13]

Поведение — действия человека, направленные на удовлетворение некоторой потребности. Поведение человека побуждается потребностью, в конечном счете направленной на оптимальное удовлетворение его интересов, с учетом всех последствий, которые определяются внешними условиями в данной конкретной ситуации и накладывают те или иные ограничения для совершения одних действий и благоприятствуют совершению других. Поведение человека всегда, в любой ситуации, является для этой ситуации оптимальным, или поступки человека всегда направлены на получение им наибольшей выгоды (пользы) для себя во всех отношениях (в материальном и (или) моральном плане). Поведение человека совпадает с его намерениями только тогда, когда реализация намерений ведет к удовлетворению его интересов. Поведение представляет собой формы взаимодействия индивида с окружающей средой, которые зависят от: природных свойств индивида, его индивидуально-психологических особенностей; системы потребностей, мо-

тивов, интересов; системы управления личностью, ее «я-образа». [3]

Процесс обучения — постоянный континуум «от колыбели до смерти». Его основой служат те базовые навыки, которые человек получает в молодости. В информационном обществе эти навыки должны быть пересмотрены и расширены. К ним надо добавить умение учиться и желание продолжать свое обучение самостоятельно. [21]

С

Самообразование — форма освоения дополнительных образовательных программ при минимальной организации образовательного процесса или полном отсутствии руководства этим процессом со стороны педагогических работников. [19]

Семинар (лат. *seminarium* — рассадник) — встреча, направленная на обмен результатами исследования, выполненного проекта; может организовываться в форме докладов, обсуждений, "круглых столов". [1]



Форма обучения, при которой: 1) дается значительный объем теоретической информации в сочетании с некоторым количеством практических упражнений, 2) происходит обмен опытом и технологиями между участниками. Семинары предполагают приобретение, в первую очередь знаний в сфере торгового и потребительского маркетинга, финансов, логистики и других подобных тем. [14]

1) форма групповых практических занятий под руководством преподавателя в высшем учебном заведении; 2) форма проведения совещаний по каким-либо вопросам с обсуждением участниками докладов, сообщений, а также для повышения квалификации. [37]

Вид групповых занятий по какой-либо научной, учебной и др. проблеме, обсуждение участниками заранее подготовленных сообщений, докладов и т. п. [41]

Семинар обучающий — образовательное мероприятие, направленное в первую очередь на передачу/усвоение знаний и, в меньшей

степени, умений, осуществляемое с отдельными элементами интерактивного обучения. [2]

T

Творчество — любая деятельность по созданию новых комбинаций из элементов опыта. [3]

Технические средства обучения — системы, комплексы, устройства и аппаратура, применяемые для предъявления и обработки информации в процессе обучения с целью повышения его эффективности. По функциональному назначению ТСО обычно делят на три основных класса: информационные, контролирующие и обучающие. [41]



Точечная групповая дискуссия — организация обсуждения в малой группе с целью выработки идей по определенной, заданной теме в течение заданного промежутка времени. [1]

Тренинг (training) — групповое образовательное мероприятие, направленное на изменение умений участников и их отношения к чему-либо и построенное на методах интерактивного обучения и обучения через опыт. [2]

Один из видов интерактивного (т.е. с активным включением в работу обучаемых) обучения. Тренинги, как правило, включают в себя ролевые игры, командную/групповую работу, выполнение практических заданий, мозговые штурмы и некоторый объем информации, который дается, как правило, с использованием эвристической методики (от слова «эврика» — методика, при которой обучаемый сам при помощи преподавателя выводит какое-то правило или метод). Тренинги обычно актуальны там, где приоритетны навыки: это сфера общения, продаж различного типа в сочетании с маркетинговыми технологиями, управленческого общения, командной работы и другое. [14]

Любая спланированная последовательность действий, предназначенная и направленная на то, чтобы помочь индивиду или группе

людей научиться эффективно выполнять работу или задание. [15]

Спланированные и систематические усилия по модификации или развитию знаний (умений) и установок человека посредством обучения, с тем чтобы добиться эффективного исполнения одного или нескольких видов деятельности. В рабочей ситуации тренинг направлен на то, чтобы дать человеку возможность приобрести знания и навыки, необходимые для адекватного выполнения конкретной задачи или работы. [16]

Тренинг коммуникативности — улучшение навыков межличностного общения путем анализа конкретных процессов взаимодействия между двумя обучающимися по задаваемой инструктором общей схеме. [1]

Тренинг индивидуальный — формируется на основе стандартных модулей. Но при этом модули адаптируются и отбираются в соответствии с индивидуальными потребностями заказчиков. В итоге индивидуальный тренинг способен решать прикладные вопросы, например конфликты между отделами. Индивидуально ориентированные тренинги необходимы компании, которая переживает период кризиса или роста, или отдельным сотрудникам, испытывающим определенные трудности. Заказчику тренингов, прежде всего, необходимо определиться, что в данный момент для него важнее: общая систематизация деятельности или устранение конкретных проблем. [10]



Тренинг стандартный — проводится по однажды разработанной программе и дает базовый набор навыков. Его главная задача — отработка нормативного поведения различных профессиональных групп. Стандартные тренинги рекомендуются как новичкам, так и опытным менеджерам, которым необходимо систематизировать знания и расширить профессиональные возможности. Ведь, как показывает опыт, чем выше уровень специалиста, тем острее он ощущает потребность в систематизации знаний и переосмыслении результатов собственной деятельности. [10]

Тренинговая программа (тренинговый курс) — два и более последовательно проводимых тренинга, связанных общей целью и общей логикой построения. [2]

у

Умение — это способность выполнять определенную деятельность или действия в новых условиях, образовавшаяся на основе ранее приобретенных знаний и навыков (К.К. Платонов). [3]

Управление качеством образования — воздействие на процессы становления, обеспечения, поддержания, развития и улучшения качества объектов (процессов) системы образования, а также организации обратной связи (контроля, оценки, анализа) в соответствии со сформированными целями, нормами, задачами. [23]



Учебник — книга, в которой систематически излагаются основы знаний в определенной области на современном уровне достижений науки и культуры; основной и ведущий вид учебной литературы. Для каждой ступени образования и вида учебных заведений (общеобразовательная школа, профессионально-технические, средние специальные и высшие учебные заведения и др.), а также для самообразования создаются учебники, отвечающие целям и задачам обучения и воспитания определенных возрастных и социальных групп. [41]

Учебные пособия — 1) в современной педагогической классификации: средства обучения, предназначенные для расширения, углубления и лучшего усвоения знаний, предусмотренных учебными программами и изложенных в учебниках. К ним относят книги для чтения, хрестоматии, справочники, словари, адаптированные печатные тексты по иностранным языкам, сборники задач и упражнений, методические руководства для самостоятельных практических занятий, тетради на печатной основе и др., 2) в широком смысле под учебными пособиями понимают все материальные средства обучения, включая натуральные объекты, приборы, таблицы, карты, диафильмы, видео-

и кинофильмы, звукозапись и др., используемые в учебном процессе. [41]

Учебный цикл — товарищеская среда для совместного, планового проведения занятий по заранее намеченному предмету или области знаний. [43]

Ф

Фасилитация (facilitate — помогать) — особая позиция, которую занимает ведущий, отказывающийся от роли эксперта в пользу роли помощника. Задача тренеров заключается в том, чтобы поддерживать («фасилитировать») процесс формирования нового опыта. Фасилитация, в отличие от преподавания и инструктажа, использует такие методы, благодаря которым в группе разворачиваются эффективные процессы, превращающие группу в средство обучения и перемен. Тренеры моделируют благоприятное и желаемое поведение. Форма поведения зависит от соответствующих ситуаций и должна быть нацелена на установление и сохранение благоприятной атмосферы. [8]

Управление процессом групповой работы. [2]

Х

Харизма — наделение личности свойствами, вызывающими преклонение перед ней и безоговорочную веру в ее возможности. [3]

Ц

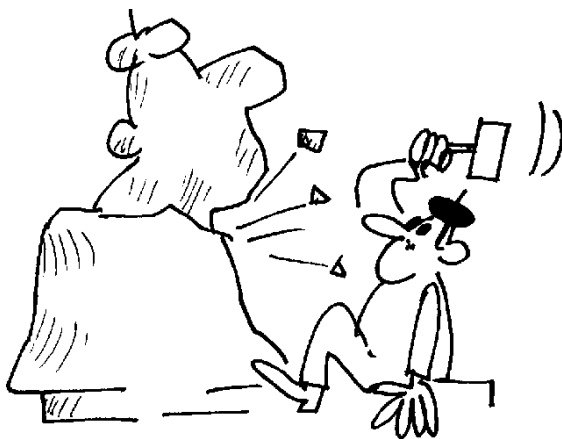
Целеполагание — определение, построение цели, обдумывание образа желаемого будущего. [3]

Цикл Колба — согласно теории Дэвида А. Колба обучение состоит из мышления / думанья и выполнения. Он считает, что невозможно эффективно учиться, просто читая о чем-то или изучая только теории. Важно сочетать это с определенным практическим опытом, чтобы уси-

лить или испытать теорию. Точно так же не может быть эффективным обучение, в ходе которого что-то просто выполняется. Необходимо обдумать то, что уже сделано, подвести итоги, чтобы по-настоящему понять, что мы делали. Отправным моментом в естественном обучении является *конкретный опыт*. Он образует почву для *наблюдения и осмысления (рефлексии)*, которые составляют фазу обучения. На основании наблюдения человек приходит к абстрактным (отстраненным от непосредственного опыта) *представлениям и понятиям* (третья фаза), выступающим в виде гипотез и проверяющимся в разнообразных ситуациях — *воображаемых, моделированных и реальных* (четвертая фаза — активное экспериментирование). [8]

Э

Экзамен (лат. *examen* — испытание) — проверка знаний поступающих в высшие и средние специальные учебные заведения, аспирантуру (вступительные или приемные), при завершении определенного этапа обучения (напр., переводные и выпускные в общеобразовательных школах, аспирантские). [41]



Литература

1. «Гамбургская декларация об обучении взрослых», Пятая Международная конференция по образованию взрослых, ЮНЕСКО, Гамбург, Германия, 14—18 июля 1997 г., www.znanie.org/pravo/document.html
2. Книга для тренеров., Winrock International, Проект предупреждения торговли людьми, <http://tpp.winrock.ru/library/press/Rbook.doc>
3. Модель Т.О.Т.Е. сайт «Центра НЛП в образовании», www.nlpcenter.ru/default.asp?slID=74&dID=285&dt=a#top
4. Арутюнов Ю.С. Методика разработки конкретных ситуаций. М., 1980.
5. Бадаев А.А. Активные методы обучения. М., 1986.
6. Бакли Р., Кейпл Дж. Теория и практика тренинга. СПб., 2002.
7. Бурнард Ф. Тренинг навыков консультирования. СПб., 2002.
8. Вершловский С.Г. Образование и социальное развитие личности. «Новые знания», № 1, 2000, www.znanie.org/gurnal/n1/st_obraz_socrazv.html
9. Виханский О.С., Наумов А.И., Зобов А.М. Российский менеджмент. Ситуационное обучение менеджменту. М., 1997.
10. Гибсон Дж. Л., Иванцевич Д.М., Доннели Д. Х.-мл. Организации: поведение, структура, процессы. М., 2000.
11. Глоссарий НЛП на сайте <http://nlp.by.ru/nlp/gloss.shtml>
12. Глоссарий сайта «Человеческие ресурсы Урала», www.uhr.ru/index/tesaurus/a
13. Глоссарий федерального портала «Российское образование», www.edu.ru/db/portal/glossary/
14. Грановская Р.М. Элементы практической психологии. Л., 1988.
15. Де Брюйн П. Подготовка кадров для управления предприятием. М., 1968.

16. Евсеев Д., Евсева И. Метод проектов в сфере дистанционного обучения. «Новые знания», № 3, 2000, www.znanie.org/gurnal/n3/st_metod_proektov.html
17. Жуков Р.Ф. Конкретные производственные ситуации. Л., 1975.
18. Жуков Р.Ф., Железняк П.Г., Бражников И.В. Применение активных методов при обучении на предприятиях (Рассмотрение конкретных производственных ситуаций). Л., 1975.
19. Задачи и конкретные ситуации / Под ред. И.И. Сидорова. М., 1981.
20. Иванова С. Тренинги. Семинары. Что это такое? <http://www.trainings.ru/articles/173>
21. Ильин Г.П. Образование после образования (от педагогической парадигмы к образовательной)., «Новые знания», № 1, 2000, www.znanie.org/gurnal/n1/st_obraz_posle_obraz.html
22. Искусство управления и конкретные ситуации. М., 1977.
23. Искусство управления. Конкретные ситуации: Изучающим курс. М., 1977.
24. К. Кононович, НОУДОВ «Северо-западная народная академия», 2003.
25. Киричук Н. Тренерский сундучок. Новосибирск, 2001, http://cip.nsk.su/e_pub/e_scisc/sunduk.zip
26. Кларин М.В. Корпоративный тренинг от А до Я. М., 2000.
27. Клецина А., Чижевская Э. Материалы «Тренинга для тренеров». СПб., 2003.
28. Концепция развития образования взрослых в государствах — участниках Содружества Независимых Государств», VIII Конференция министров образования государств — участников СНГ, 13 мая 2003 г., Москва, www.znanie.org/dokumets/declsng.html
29. Корсаков М., Афонин А., Капицци А. Активные методы обучения: разработка и использование в бизнес-образовании. М., 2001.
30. Кристофер Э. , Смит Л. Тренинг лидерства. СПб., 2002.

31. Кунде Й. Корпоративная религия. СПб., 2002.
32. Макарова И.К. Управление персоналом: схемы и комментарии. М., 2002.
33. Мастеров Б. Рабочее совещание. «Секрет фирмы», 17 февраля 2003 г., www.trainings.ru/articles/314
34. Меморандум непрерывного образования Европейского Союза, www.znanie.org/dokumets/memorandum.html
35. Митина А. Дополнительное образование взрослых в России (исторический аспект). «Новые знания», № 2, 2000, www.znanie.org/gurnal/n2/st_dop_obr.html
36. Морозова Е.В., Морозов С.А. Политическая реклама. Краснодар, 2002
37. Нечаева О. Проблема формирования мотивации в учебной деятельности, <http://athens.kiev.ua/academy/motivaz05.htm>
38. Новик М. Технология групповой работы. «Новые знания», № 3, 2000, www.znanie.org/gurnal/n3/st_tehno_l_grup_rab.html
39. Новый словарь иностранных слов, <http://slovari.donpac.ru/cgi-bin/slovari/ivoc/ru/sis.pl>
40. Озира В.Ю. Проблемы подготовки кадров для управления. М., 1971.
41. Осипова О. Магия тренинга. «Персонал Микс», N 1, 2003 г., www.trainings.ru/articles/262
42. Оуэн Н. Магические метафоры. 77 историй для учителей, терапевтов и думающих людей. М., 2002.
43. Петровская Л.А. Вопросы психологии познания людьми друг друга и общения. Краснодар, 1978.
44. Плэтт В. Информационная работа стратегической разведки. М., 1958.
45. Пригожин А.И. Методы развития организаций. М., 2003.
46. Проект федерального закона о дополнительном образовании

(после первого чтения), www.akdi.ru/gd/proekt/084881GD.SHTM

47. Прохоров И.В., Сумароков Л.Н. Банки управленческих ситуаций и их использование при обучении. М., 1977.

48. Рай Л. Развитие навыков тренинга. СПб., 2002.

49. Сайт Международного центра учебных материалов, www.cases.ru

50. Самые успешные PR-кампании в мировой практике. М., 2002.

51. Сафина З.Н. Управление качеством образования взрослых (на примере профессиональной подготовки и переподготовки кадров в Татарском институте содействия бизнесу), www.tisbi.ru/science/forum/default.php?p=2&s=6&r=98

52. Словарь оценщика, www.ipen21.org/ipen/lib/default.html?show=10256

53. Смолкин А.М. Методы активного обучения. М., 1991.



54. Терминология российского некоммерческого сектора. Институт проблем гражданского общества, www.inpgo.ru/site/index.php?text=85

55. Титова Н. Три предубеждения против тренинга. «Элитный персонал», № 40 (274), 14 октября 2002 г., www.trainings.ru/articles/283

56. Топоркова О.В. Особенности взрослого учащегося и их учет в организации процесса обучения (на материале дополнительного образования взрослых Великобритании), Волгоградский государственный технический университет — сайт «Новые образовательные системы и технологии обучения в вузе», <http://elib.vstu.ru/Open/3/R50.htm>

57. Фейгенберг И.М. Проблемные ситуации и развитие личности. М., 1981.

58. Харрис Дж. Коучинг: личностный рост и успех. СПб., 2003

59. Шредер П. Политическое образование взрослых: Методические рекомендации по разработке концепции занятий, технике их ведения, развитию творческих способностей. М., 2001.

60. Шуфчук Б.О. 100 ситуаций в управлении. М., 1977.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|------------|
| Разбор полетов, или Учитесь на ошибках других. | |
| Вступительная статья | 3 |
| I. Технология подготовки и анализа конкретной ситуации | 7 |
| 1. Кому и почему нужно читать эту брошюру? | 7 |
| 2. Почему нужно писать и анализировать кейсы? | 11 |
| 3. Что такое кейс? | 16 |
| 4. Как мы это делаем? | 21 |
| 5. Как написать кейс? | 26 |
| 6. Отзывы участников кейсов | ? |
| II. Конкретные ситуации (опыт НКО юга России) | 1 |
| 1. Скорая техническая помощь | 30 |
| 2. Первичная профилактика ВИЧ/СПИД, ЗППП и наркомании среди молодежи | 35 |
| 3. Они тоже наши дети | 37 |
| 4. Бумеранг | 43 |
| 5. Эко-Логика | 45 |
| 6. Возможности телекоммуникационных технологий для привлечения добровольцев | 51 |
| 7. Народный памятник жертвам репрессий | 54 |
| 8. Семья — пространство прав ребенка и гармоничного развития | 59 |
| 9. Умей сказать «Нет!» | 63 |
| 10. Не рискуй | 67 |
| 11. «Город без барьеров» | 71 |
| 12. Сделай мир чище | 76 |
| 13. Радость единства | 79 |
| 14. Весенняя неделя добра в Пятигорске | 83 |
| 15. «Ветер перемен» | 86 |
| 16. «Земля Анабас» | 89 |
| 17. Движение «Прорыв» | 92 |
| III. Глоссарий терминов по теме: «Обучение взрослых» ... | 96 |
| IV. Литература | 115 |



ЮЖНЫЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ РЕСУРСНЫЙ ЦЕНТР

Миссия:

Краснодарская региональная общественная организация "Южный региональный ресурсный центр" (ЮРРЦ) способствует становлению гражданского общества посредством развития, укрепления и поддержки общественных организаций юга России. Создана 22 января 1997 года по инициативе профессионалов, работающих в некоммерческом секторе с декабря 1995 года в рамках программы "Поддержка общественных инициатив".

Для укрепления некоммерческого сектора на юге России ЮРРЦ проводит:

- программу развития сети ресурсных центров в городах региона;
- общественные кампании по различным актуальным социальным проблемам;
- ярмарки социальных проектов;
- конкурсы малых грантов для некоммерческих организаций;
- конкурсы на лучшее освещение деятельности НКО;
- программу стажировок для лидеров НКО;
- межрегиональные конференции для некоммерческих организаций;
- исследования и методические разработки по актуальным вопросам деятельности НКО;
- "круглые столы" по проблемам развития НКО-сектора с привлечением внешних экспертов.



ЮРРЦ издает:

- газету для некоммерческих организаций "Новая реальность" — ежемесячно;
- журнал "Идеалист" — ежеквартально;
- бюллетень "Сила сетей" — ежеквартально;
- справочную и методическую литературу для некоммерческих организаций.

В ЮРРЦ вы можете:

- получить консультацию и стать участником семинаров и тренингов по организационному и финансовому развитию, управлению и планированию, фандрайзингу, написанию заявок на грант, социальному маркетингу, добровольчеству, связям с общественностью, практическим механизмам взаимодействия с местными органами власти и бизнесом, юридическим вопросам и бухгалтерскому учету;
- пройти курс компьютерной грамотности;
- стать читателем библиотеки ЮРРЦ;
- подписаться на газету "Новая реальность" и журнал "Идеалист";
- получить информацию о деятельности российских и международных НКО, используя ресурсы Internet;
- получить доступ к электронным базам данных по НКО юга России, региональным СМИ и международным фондам, поддерживающим развитие некоммерческого сектора;
- разместить информацию о деятельности своей организации в газете "Новая реальность" и на web-сайте ЮРРЦ;
- получить техническую помощь (в том числе воспользоваться компьютером, ксероксом).

350020, г. Краснодар, ул. Северная, 279, 5-й этаж, офис 31.

Тел.: (8612) 55-59-41, 53-75-64. Факс: (8612) 59-76-25.

E-mail: srrc@krasnodar.ru; <http://www.srrc.ru>