

РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ-2

участника проекта

«Школа РОСТа»

(фамилия)

(имя)

Февраль 2009 г.



Красноярская региональная молодежная
общественная организация
Центр «Сотрудничество на местном уровне»

660077, г.Красноярск, а/я 27027, тел/факс (391)221-45-55
email: kccp@kccp.ru, <http://www.kccp.ru/>

Рабочая тетрадь-2 участника проекта Школа «РОСТА»,
методическое пособие, КРМОО Центр «Сотрудничество»,
Красноярск, 2008.

Составитель: Насонова Е.В., Максименко Н.А.

Данное методическое пособие
создано при поддержке Агентства
США по международному
развитию, 2008 год



При любом использовании опубликованных материалов
ссылка обязательна.

©Красноярская региональная молодежная общественная
организация Центр «Сотрудничество на местном уровне», 2008

Дорогой друг!

Ты вновь держишь в руках знакомую публикацию, но это уже рабочая тетрадь II, которая окажет тебе помощь во второй тренинговой сессии.

Надеемся, что приобретенные во время первой сессии знания, помогли тебе успешно справиться с домашним заданием «Получаем опыт».

В течение второй сессии ты также узнаешь много интересного и полезного: что такое фандрайзинг, как найти деловых партнеров и получить необходимые ресурсы для реализации своего проекта, привлечь и удержать добровольцев, правильно оценить и проконтролировать выполнение проектного плана, проанализировать результаты работы над проектом и проинформировать об этом общественность, а также сможешь поучаствовать в новых упражнениях и разминках.

Кроме этого тебе вновь предстоит выполнить различные задания. Надеемся, ты не забыл знакомые обозначения:



- самостоятельное задание,



D/3! - домашнее задание.

Успехов!

*Красноярская региональная
молодежная общественная организация
Центр «Сотрудничество на местном уровне»*

СОДЕРЖАНИЕ

Еще раз о проектировании.....	5
II. Реализация проекта:.....	7
Составление предложений по проекту.....	9
Поиск деловых партнеров.....	13
Проведение официальных переговоров.....	15
Получение необходимых ресурсов.....	17
Проведение плановых мероприятий.....	20
Оценка и контроль выполнения плана.....	20
Корректировка хода реализации плана.....	22
III. Итоги работы над проектом:	
Анализ результатов работы	22
Информирование общественности о результатах работы	24
Конкурс социальных проектов	30
D/з! «Реализуем проект»	32
Игры и разминки.....	34
Используемая и рекомендуемая литература и ресурсы	37

ЕЩЕ РАЗ О ПРОЕКТИРОВАНИИ

Предлагаем вспомнить, о чем мы говорили во время 1-ой тренинговой сессии. Конечно, о гражданских инициативах, сообществах, проекте, проектировании, его этапах и шагах. Повторим некоторые определения и основные моменты.

ГРАЖДАНСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ - межсекторное взаимодействие, в котором каждый участвующий сектор разделяет взаимную ответственность за решение той ли иной социально значимой проблемы.

ПРОЕКТ - это последовательность действий, выполнение которых целенаправленно ведет к планируемому результату в конкретные сроки, расходуя определенные ресурсы.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ - это моделирование предполагаемых действий и их осуществления, пока не появится полная уверенность в конечном результате.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ - это разработка и осуществление проектов, совместная инициативная деятельность группы единомышленников, направленные на реальную помощь людям, решение проблем местного сообщества.

Отличие социального проекта от любого другого проекта в его социальном эффекте, который распространяется на местное сообщество, а не ограничивается территорией класса или школы.

А теперь давай еще раз вспомним этапы и шаги проектирования.

I. ПОДГОТОВКА ПРОЕКТА:

1. Изучение общественного мнения.
2. Формулировка актуальной социальной проблемы.
3. Изучение возможностей организации.
4. Определение цели и задач проекта.
5. Определение мероприятий и ожидаемых результатов.
6. Составление рабочего графика.
7. Определение обязанностей и их распределение в команде.

8. Определение ресурсов и источников их получения.
9. Составление бюджета.
10. Разработка системы оценки проекта.
11. Обучение членов команды.
12. Формирование общественного мнения.

II. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА:

13. Составление предложений по проекту.
14. Поиск деловых партнеров.
15. Проведение официальных переговоров.
16. Получение необходимых ресурсов.
17. Проведение плановых мероприятий.
18. Оценка и контроль выполнения плана.
19. Корректировка хода реализации плана.

III. ИТОГИ РАБОТЫ НАД ПРОЕКТОМ:

20. Анализ результатов работы над проектом.
21. Информирование общественности о результатах работы.

Двенадцать шагов первого этапа мы подробно рассмотрели на первой сессии. А сейчас нам предстоит познакомиться еще с двумя этапами проектирования, состоящими из девяти шагов.



РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА -

это второй этап проектирования, к которому мы приступаем после корректировки первого этапа. Он состоит из определенных шагов, которые необходимо предпринять для того, чтобы выполнить намеченный план социального проекта, а также проинформировать общественность о результатах работы команды:

13. Составление предложений по проекту.
14. Поиск деловых партнеров.
15. Проведение официальных переговоров.
16. Получение необходимых ресурсов.
17. Проведение плановых мероприятий.
18. Оценка и контроль выполнения плана.
19. Корректировка хода реализации плана.

Данный этап предполагает, что вы, разработчики проекта, предпримите попытку реализовать на практике выбранный вами вариант решения обозначенной проблемы.

Выполнить это вам помогут различные мероприятия: акции и кампании, письменные обращения в органы власти, передача своих предложений в средства массовой информации, общественные организации и коммерческие структуры и т.д.

Прежде, чем приступить к составлению предложений по проекту, вам необходимо определить, кому они будут направлены.





Объединившись в группы, выполните следующее задание: определите к заданному событию перечень конкретных мероприятий и список организаций, куда направите свои предложения. Заполните в виде таблицы:

<i>Что делаем?</i>				

(событие)				
<i>Куда обращаемся с предложениями?</i>				
Презентуйте полученные результаты групповой работы.				

А теперь рассмотрим подробнее шаги второго этапа проектирования.

Составление предложений по проекту - первый практический шаг на пути реализации проекта. Он необходим для того, чтобы вы смогли еще раз проанализировать сложившуюся ситуацию, оценить свои возможности, степень готовности команды, а также отношение местного сообщества к вашему проекту.

После корректировки плана и окончательного согласования всех пунктов и разделов, сроков и списка ответственных следует составить краткий текст своих предложений для будущих деловых партнеров.

Во-первых, это поможет вам сконцентрироваться на предстоящей работе, четко представить объем этой работы и соотнести со сроками, которые определены вашим планом.

Во-вторых, нужно хорошо понимать, что вряд ли кто из деловых партнеров будет знакомиться с полным текстом вашего плана или проекта. Поэтому нужно составить короткое резюме с указанием цели и основных задач, самых масштабных мероприятий, необходимых ресурсов и ожидаемых результатов.

Такой документ можно будет представлять всем, кто потенциально может стать вашим партнером в реализации задуманного. Он не должен быть более 1-2 страниц печатного текста, который грамотно составлен и стилистически выверен.

Кроме текста резюме нужно составить конкретные предложения о совместной деятельности, которые станут предметом обсуждения с вашими деловыми партнерами. При составлении перечня предложений нужно учитывать особенности и возможности будущих партнеров. Например, почтовое отделение может вам помочь в распространении информации, но просить у этого учреждения строительные материалы или инвентарь для субботника вряд ли целесообразно.

Если вы намерены долгосрочно и серьезно сотрудничать со своими партнерами, лучше всего подготовить договор - документ, который будет являться основой такого сотрудничества. Примерный текст договора можно найти в многочисленной литературе и справочниках, а также, обратившись за помощью к юристу.

Прежде, чем перейти к следующему шагу «Поиск деловых партнеров», поговорим о добровольцах - наших основных и надежных помощниках.

ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО - явление, общественное движение, заключающееся в участии граждан в решении проблем общества безвозмездно, без принуждения, направленное на общественно значимую деятельность.

Добровольность, добровольный выбор, как отражение личной позиции, - это основополагающий принцип добровольчества. Человек может максимально реализовать себя в каком-либо деле, только если он работает без принуждения, добровольно.



Сформулируй и запиши, кто такой доброволец.

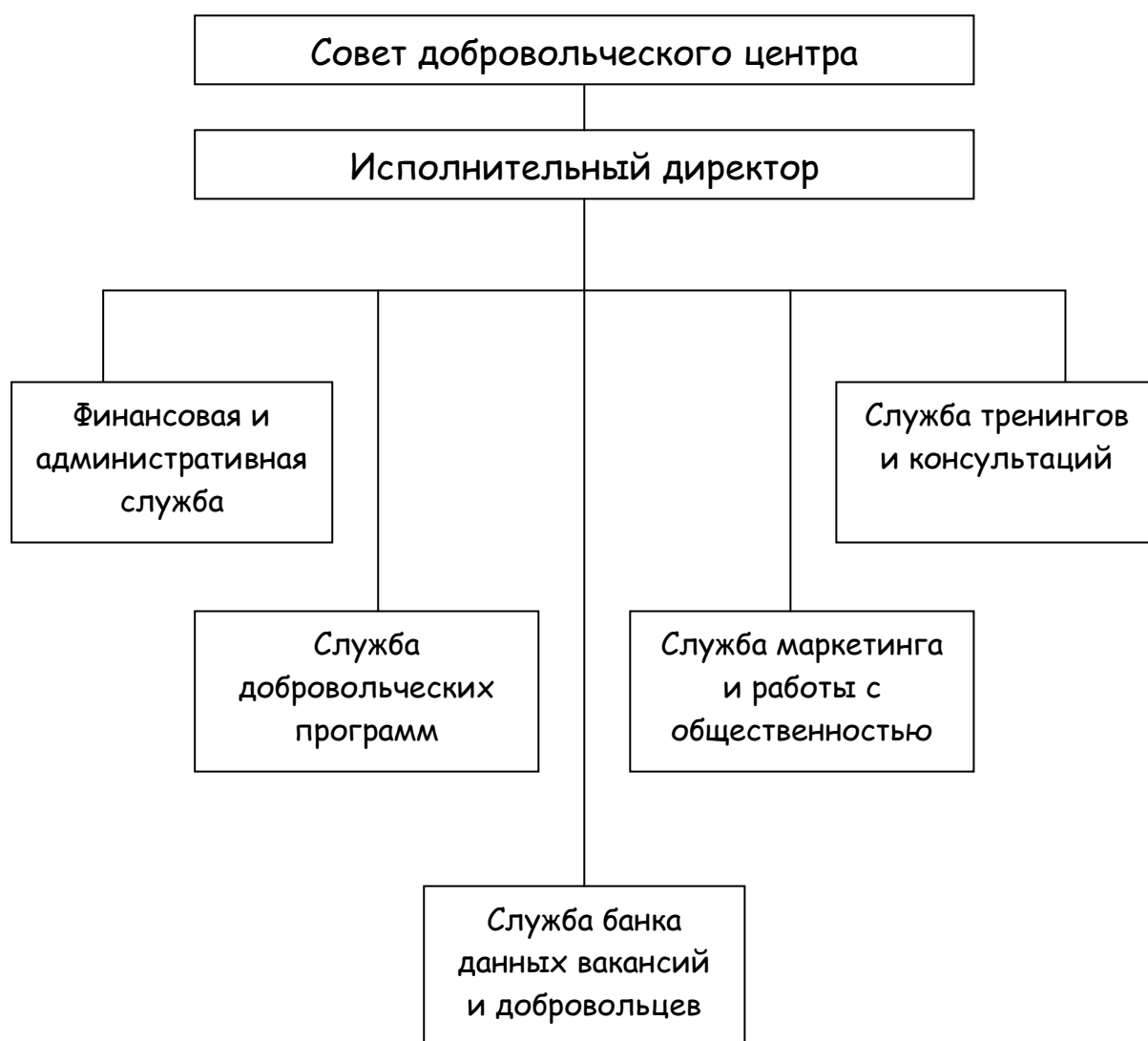
Доброволец - это

Несмотря на то, что добровольчество - это проявление личных мотивов и желаний, в школе и сообществе необходимо организовывать системную работу по привлечению и обучению добровольцев, а также планированию их деятельности.

Одной из форм организации такой работы может быть создание добровольческого центра.

Инициаторами его создания могут выступить сами учащиеся, они же будут выполнять все необходимые работы. Для этого им нужно создать команду единомышленников-добровольцев, поделиться с ними необходимыми знаниями и определить примерный план деятельности. Учителя и администрация школы могут оказать помощь в достижении поставленных целей.

Возможная структура добровольческого центра



Добровольческий центр на базе школы может выполнять следующие функции:

Совет добровольческого центра - стратегическое планирование программ развития.

Исполнительный директор - текущее руководство, привлечение ресурсов.

Финансовая и административная служба - финансовая и внутриофисная деятельность.

Служба тренингов и консультаций - обучение и консультации по организации работы с добровольцами, помощь в разработке и проведении обучающих программ для добровольцев.

Служба добровольческих программ - организация добровольческой активности через проведение различных программ.

Служба маркетинга и работы с общественностью - продвижение добровольческих инициатив, создание благоприятного имиджа добровольческой деятельности.

Служба банка данных вакансий и добровольцев - выявление потребностей в добровольцах и их устройство.



Упражнение «Привлечение добровольцев».

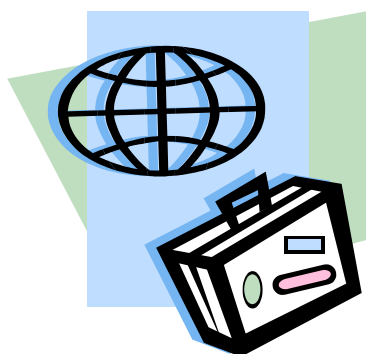
Участники делятся на четыре группы.

Каждая группа получает карточку, на которой написан тот способ привлечения добровольцев, который она должна продемонстрировать.

После презентации работы групп в ходе коллективного обсуждения обсудить преимущества и недостатки каждого способа.

Очень важно не забыть поблагодарить добровольцев за их участие и вклад в общее дело. Иногда достаточно простого «спасибо», но существуют и другие формы поощрения добровольцев, о которых следует помнить:

- ✓ благодарственное письмо (грамота);
- ✓ чаепития;
- ✓ освещение в СМИ;
- ✓ спецвыпуски школьной газеты;
- ✓ фоторепортаж с мероприятия;
- ✓ вручение знаков отличия (значки, галстуки и т.п.);
- ✓ бесплатные билеты (досуг);
- ✓ церемония награждения «Твои успехи»;
- ✓ номинация на конкурс «Доброволец года»;
- ✓ награждение путевкой в ВДЦ «Орленок», «Океан».



Поиск деловых партнеров – второй шаг этапа «Реализация проекта».

Основные задачи данного шага:

1. Определение списка организаций и лиц, способных помочь в реализации проекта.
2. Сбор информации о потенциальных деловых партнерах.
3. Установление адресов, телефонов, предполагаемой даты переговоров.

Полезные советы:

- ✓ Сначала познакомьтесь со структурой местных органов власти. Какие отделы и комитеты работают в местной администрации? Чем каждый из них занимается, и какими наделен полномочиями?
- ✓ Узнайте, какие общественные организации есть в вашем регионе. Какие цели они преследуют? По каким направлениям работают?
- ✓ Уточните, какие есть предприятия. Как они связаны с данной социальной проблемой?
- ✓ Не забудьте про учебные заведения. Возможно, в соседней школе уже работают над интересующей вас социальной проблемой, и есть смысл объединиться?
- ✓ Узнайте адреса всех этих организаций и телефоны должностных лиц.
- ✓ После определения круга возможных деловых партнеров, исходя из содержания социальной проблемы, над которой вы работаете, переходите к составлению списка конкретных организаций и должностных лиц, куда вы пойдете в первую очередь.
- ✓ Выясните, обладает ли человек, к которому вы собрались, достаточной властью и полномочиями, чтобы решать волнующие вас вопросы.

Таким образом, этот шаг позволит вам составить перечень деловых партнеров и определить, с кем из них вы будете проводить переговоры о совместной работе над социальным проектом.



Самостоятельное упражнение «Моя позиция».

На этой страничке достаточно места, чтобы записать собственные соображения и мысли по обсуждаемой проблеме. Подумай и выполни это задание.

Проведение официальных переговоров – следующий проектный шаг второго этапа.

Прежде, чем приступить к реализации этого шага, ответьте на несколько вопросов:

- О чем вы хотели бы договориться?
- Что можете предложить?
- В чем нужно убедить партнеров по переговорам?

Не забудьте, что у вас уже есть оформленные предложения (шаг № 13 «Составление предложений по проекту»).

Важные рекомендации:

1. До начала переговоров проанализируйте ситуацию и разработайте план предстоящей встречи.
2. Приходите на переговоры с явно выраженным стремлением убедить партнеров в необходимости реализации ваших предложений.
3. Твердо отстаивайте свою позицию, объяснив, что обе стороны могут выиграть от такого сотрудничества.
4. Создайте на переговорах атмосферу доверия.
5. Знайте точно, что вы хотите получить в ходе переговоров, но при этом определите тот нижний уровень, до которого можете отступить.



6. Сконцентрируйтесь на сути вашего проекта и плане его реализации, а не на личностях.
7. Во время беседы внимательно слушайте своих партнеров и осторожно задавайте вопросы.
8. Если в ходе переговоров вы зашли в тупик, попросите сделать перерыв, а затем предложите новую информацию, дополнительные аргументы, иные условия.
9. В заключении обязательно проверьте ясное и четкое понимание обеими сторонами достигнутой договоренности.
10. Заключайте договор не на короткий, а на долгий срок. А если ваши ожидания не подтвердились в ходе переговоров, обязательно выясните, почему вы не смогли договориться с партнером.



- ✓ Участники делятся на малые группы.

- ✓ Задания группам:
 - подготовить сценарий телефонного звонка спонсору,
 - подготовить встречу с потенциальным партнером /спонсором.

- ✓ Презентовать результаты работы.

- ✓ Совместно проанализировать и выработать перечень рекомендаций.

- ✓ Индивидуально подумать и записать, выводы, по итогам упражнения...

Этот шаг позволит вам найти поддержку в лице одного или нескольких деловых партнеров и заключить договор о совместной деятельности.

Мудрые мысли:

Сотрудничество покупается только уважением – на другую валюту его не купишь, сколько не переплачивай.

Принцип американского менеджмента

Следует так обдумывать свои замыслы, чтобы даже неудача принесла нам известные выгоды.

Кардинал де Рец

Не говорите ничего, когда вы чувствуете приступ раздражения, потому что вы почти наверняка скажете слишком много.

П. Рутт, психолог

Молчите, пока не почувствуете, что вполне владеете собой.

Ли Цзы, философ

Многие люди могли бы удвоить свое влияние и успех при помощи доброжелательной вежливости.

Ф. Рузвельт

Получение необходимых ресурсов – это шаг, который позволяет своевременно получить необходимые для реализации проекта ресурсы.

При получении денежных средств или материальных ценностей обязательно ведите учет всего, что получили, это понадобится для отчета в будущем. Любое движение (получение или расходование) должно быть документально подтверждено.

Для этих целей лучше всего вести книгу учета материальных ценностей, где указываются наименование полученного материального ресурса, его количество, источник получения и подтверждающий это документ, способ использования и объем израсходованных ресурсов (по возможности подтверждающие документы).

Это поможет вам быть в курсе, какие ресурсы и в каком количестве у вас есть в данный момент, а также обнаружить дефицит того или иного ресурса и вовремя среагировать. Кроме этого, у вас всегда будет под рукой необходимая документация, тщательное ведение которой позволяет выработать привычку всегда фиксировать свои действия, особенно если они связаны с получением или расходом ресурсов.

Во время работы над проектом может произойти непредвиденное («форс-мажор») – ситуация, в которой нет вины ни одной из сторон. В таком случае у вас должен быть продуман запасной вариант, в котором предусмотрена возможность:

- ✓ определить иной источник необходимого материального ресурса;
- ✓ найти подобную замену недостающему ресурсу;
- ✓ обойтись без отсутствующего ресурса, изменив план или сократив часть мероприятий.

Этот шаг позволит вам получать необходимые ресурсы, в соответствии с достигнутыми договоренностями, и использовать их для проведения плановых мероприятий.



Три этих проектных шага («Поиск партнеров», «Проведение деловых переговоров» и «Получение необходимых ресурсов») являются элементами фандрайзинга.

ФАНДРАЙЗИНГ – поиск и привлечение ресурсов, деятельность по обеспечению надежного потока ресурсов, позволяющих организации выполнить намеченные цели. Это – «продажа» вашего продукта (проекта, программы) потенциальному спонсору.

Цели фандрайзинга:

- сбор средств,
- привлечение новых партнеров, друзей и сторонников,
- возможность открыто заявить о себе.

Существуют разнообразные средства установления контактов с потенциальными партнерами.

Работа с общественностью эффективна через прессу, телевидение, радио, общественные мероприятия, пресс-конференции.

Работа с организациями (группами) проходит через приемы, обеды, конференции, деловые встречи, совместные занятия, клубы.

Обращения к физическим лицам осуществляются посредством писем, телефонных звонков, просьб, визитов, через знакомых.

Письмо к спонсору - один из инструментов по привлечению средств.

Письмо-обращение должно иметь следующие составляющие:

- информацию о вашей организации,
- указание на проблему, с которой вы обращаетесь,
- пути решения этой проблемы,
- форму предлагаемого участия партнера в решении данной проблемы.



Участники делятся на малые группы. Задания группам: составить письмо-обращение потенциальному партнеру,

Презентовать результаты работы, совместно проанализировать и выработать перечень рекомендаций.

Результат фандрайзинга - денежные средства, материальные ценности, временные и человеческие ресурсы, другими словами, - получение необходимых ресурсов.

Проведение плановых мероприятий – это очередной шаг. Хорошо составленный план – половина успеха. Постарайтесь не отступать от намеченного плана без особых причин.

Взаимопомощь и взаимовыручка – важнейшие принципы взаимодействия вашей команды.

Частая ошибка начинающих руководителей проекта – все брать на себя, руководствуясь принципом «Лучше я все сделаю сам!» Во-первых, вы – одна команда и действовать нужно сообща, а, во-вторых, лидер должен обучать членов своей команды и помогать им, а не отгораживаться, считая, что только он имеет необходимый опыт.

Когда что-то не получается, умейте вовремя попросить помощи.

Любой план требует корректив, делайте это периодически всей командой, будьте оперативны при выполнении плана.



Не откладывайте выполнение намеченного на последний день. Это – одна из самых типичных ошибок. Лучше спокойно и размеренно делать понемногу, тогда не будет суеты и нервозности, а главное – не пострадает качество работы.

Таким образом, этот шаг позволяет приступить к реализации намеченного плана, осуществлению своих замыслов и достижению поставленной цели.

Оценка и контроль выполнения плана – следующий шаг, дающий представление о ходе реализации проекта.

Оценка проведенных мероприятий не должна быть формальной.

Очень удобно пользоваться «Листом контроля», который позволяет отслеживать состояние подготовки каждого планового мероприятия и во время влиять на ситуацию, если в этом есть необходимость.

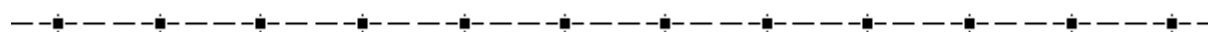
Лист контроля

№	Содержание контроля	Дата 1	Дата 2	Дата 3	Дата 4
1	Что нужно сделать?				
2	К какому сроку?				
3	Кто за это отвечает?				
4	Что нужно для выполнения?				

В каждой графе этой таблицы записываются дополнительные меры, реализация которых позволит выполнить намеченный план.

Эта работа может показаться лишней лишь на первый взгляд. Заполнение листа контроля помогает не только контролировать выполнение плана, но и вовремя вносить необходимые коррективы.

Таким образом, этот шаг позволит подвести промежуточные итоги деятельности по проекту, соотнести их с показателями, которые вы определили в качестве основной системы оценки вашей работы, т.е. осуществить контроль.



Мудрые мысли:

Контроль - это та профессиональная услуга, которую управляющий должен оказывать своим сотрудникам.

В. Зигерт, Л. Ланг,
немецкие специалисты по менеджменту

Ничто так не разлагает работу, как приписывание заслуг коллектива одному человеку.

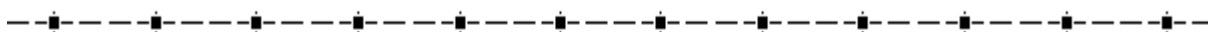
Принцип компании IBM

Ставя на первое место людей, вы никогда не совершите ошибки в вопросах бизнеса.

М. Маркс, менеджер

Никогда не отчаивайся, а если ты уже впал в отчаяние, то продолжай работать и в отчаянии.

Берк



Корректировка хода реализации плана - последний шаг второго этапа проектирования.

Он необходим в том случае, если не удалось выполнить какие-либо из намеченных пунктов, например, из-за недостатка необходимого ресурса.

Изменение может единолично внести лидер проекта, но целесообразно советоваться в таких случаях с командой, чтобы не утратился интерес к деятельности по проекту.

Главное требование - корректировка не должна принципиально изменить ранее составленный план.

ИТОГИ РАБОТЫ НАД ПРОЕКТОМ -

это третий (заключительный) этап проектирования, состоящий из следующих шагов:

20. Анализ результатов работы над проектом.

21. Информирование общественности о результатах работы.

Данный этап позволяет проанализировать результаты работы вашей команды, а также проинформировать общественность о том, что вы сделали, решая проблему местного сообщества.



Анализ результатов работы над проектом дает возможность проанализировать выполнение поставленных задач и соотнести результаты с поставленной целью.

Любая завершенная работа нуждается в анализе и оценке результатов. Основой такого анализа является утвержденная ранее система оценки.

Сначала анализируется выполнение отдельных задач, качество крупных запланированных мероприятий. При этом обращается внимание на степень реализации плановых мероприятий, отдельно обсуждаются обстоятельства, отрицательно повлиявшие на результаты проекта.

Обязательный этап - анализ соответствия поставленной цели и достигнутых результатов.

При оценке результатов проекта очень важно понимать разницу между качественными и количественными результатами. Качественные результаты - это блага или польза для благополучателей от участия в проекте. Примерами качественных результатов проекта могут быть приобретенные знания и навыки (например, повышение уровня грамотности), изменения в отношении к чему-либо (например, повышение уверенности в себе), и т.д. Примерами же количественных показателей выполненных мероприятий являются: количество проведенных мероприятий, количество оказанных консультаций, количество людей, посетивших семинары и принявших участие в акции и т.д.

Например, если проект предполагает повышение информированности женщин о причинах и профилактике рака молочной железы, то качественными результатами проекта будут являться изменение отношения женщин к данной проблеме, повышение знаний о причинах и методах профилактики заболевания и т.д. Количественными же результатами будут количественные показатели о проведенных мероприятиях проекта, которые способствовали достижению качественных результатов, а именно: количество подготовленных и распространенных информационных материалов, количество лекций и консультаций, количество женщин, получивших информацию и т.д.

Нетрудно догадаться, что оценку количественных результатов провести легче. Достаточно тщательно фиксировать информацию о количестве людей и предоставляемых услуг. Оценка качественных результатов - дело более сложное и требующее продуманного подхода.

Предлагаем вам общую схему проведения такой оценки:

1. Выберете результаты, которые вы хотите оценить;
2. Для каждого из выбранных результатов определите измеряемые показатели (индикаторы), которые позволят предположить, что данный результат достигнут или достигается. Это один из наиболее важных, и, одновременно один из наиболее трудных шагов в процессе оценки. На этапе определения индикаторов хорошо иметь рядом человека, который будет постоянно задавать вопрос, почему вы можете утверждать, что тот или иной результат достигнут.
3. Определите, какая информация вам понадобится для данных индикаторов.
4. Выберете методы сбора информации.
5. Проанализируйте и напишите отчет по собранным факторам.

В ходе анализа необходимо отметить вклад каждого члена команды в общий результат работы.

Отчет команды о работе над социальной проблемой является основным аналитическим документом, из которого можно получить много полезной информации и сделать важные выводы для работы над следующим проектом.

Информирование общественности о результатах работы над проектом – важный завершающий шаг третьего этапа.

Средства массовой информации (СМИ) могут помочь в реализации вашего социального проекта:

- оповестить всех о предстоящем проекте или пригласить всех заинтересованных в указанное время и место для разговора о существующей проблеме;
- оказать содействие в том случае, если органы власти не реагируют на ваши предложения или требования;
- проинформировать широкие массы об успешной реализации проекта;

- статья настоящей «школой» или «университетом», с помощью которых вы сможете разъяснить различные социальные проблемы, вести просветительскую работу.

К средствам массовой информации относятся информационные агентства, пресса, радио, телевидение, интернет.

Информационные агентства - это организации, собирающие и пересылающие новости. Корреспонденты информагентств собирают информацию (новости) для агентства, которую затем передают (продают) газетам, журналам, государственным органам, телекомпаниям, коммерческим и другим структурам.

Пресса - это массовые периодические печатные издания (газеты, журналы и т.п.) Газета публикует в первую очередь сведения о текущих событиях, а также обзорно-аналитические материалы. Газету или журнал, в отличие от информации радио и телевидения, можно сохранить, собрав в подшивку, и обратиться к ней повторно.

Инструменты для работы с прессой:

- **бэкграундер** - информация событийного характера о новых направлениях деятельности, текущих мероприятиях, которая высылается организацией регулярно;
- **пресс-релиз** - это короткое и ясное сообщение, содержащее анонс, важную новость или полезную информацию для широкой аудитории, это самый надежный способ увидеть материал в прессе таким, каким он вам нужен;
- **пресс-пакет (медиа-кит)** - второй по значимости инструмент после пресс-релиза, содержащий несколько видов материалов, полезных для СМИ;
- **кейс-история** - часто используется для рассказа о благоприятном использовании товаров (услуг) или о разрешении проблемной ситуации, обычно представитель такой статьи работает на компанию, чей продукт (услуга) вовлечены;

- **занимательная статья** - ее цель не только информировать, но и развлекать, стиль такой статьи - неформальный, легкий, юмористический;
- **авторская статья** - статья, подписанная должностным лицом фирмы (организации), она повышает репутацию и формирует позитивный имидж данной фирмы;
- **обзорная статья** - интегрирует опыт нескольких организаций, работающих в данной сфере;
- **факт-лист** - короткий документ, отражающий профиль организации или события, обычно поддерживает информацию пресс-релиза;
- **фотография** используется для поддержки текстовых материалов, в наше время довольно редко встречаются материалы без фотографий и иллюстраций;
- **письмо редактору** - один из способов представить свою позицию общественности; письма могут быть двух типов: комментарии к общественно значимой теме, разъяснения по поводу ранее опубликованного материала;
- **пресс-конференция** - встреча официальных лиц с представителями СМИ с целью информирования общественности по актуальным вопросам.

Радио - уникально и вездесуще. Люди слушают радио, занимаясь другими делами, чтобы узнать новости, послушать музыку и ощутить себя причастными к жизни окружающего мира. Но продолжительность радиосообщения, как и телеинформации, не превышает длительности его передачи.

Телевидение, синтезируя звук и изображение, обеспечивает более широкие коммуникационные возможности. Для зрителя, наблюдающего за событием с экрана телевизора, создается эффект присутствия - больший, чем при прослушивании радио и прочтении газеты.

Основную массу сообщений, передаваемых телевидением и радио можно разделить на три основных вида:

1. информационная публицистика (заметка, отчет, выступление, интервью, пресс-конференция, репортаж),

2. аналитическая публицистика (беседа, комментарий, обозрение),

3. художественная публицистика (очерк, портрет, эссе, фельетон, памфлет, зарисовка).

Рассмотрим подробнее основные инструменты:

- **репортаж** - достоверная история события, где репортер выступает как свидетель данного события, особенность телерепортажа - в его зрелищности;
- **интервью** - беседа в форме вопросов-ответов, диалог журналиста, получающего информацию, телеинтервью имеет несколько разновидностей: пресс-конференция, интервью-факт (его цель - выявление социально значимого факта), интервью-мнение (диалог с целью выявления мнения авторитетного лица о проблеме), портретное интервью (диалог с целью раскрытия индивидуального образа интервьюируемого);
- **заметка** - сжатое изложение факта, наиболее распространенный информационный жанр, основной элемент выпуска новостей;
- **отчет** отличается от заметки большей продолжительностью, подробностью освещения фактов;
- **выступление** бывает трех видов: текстовое (по заранее написанному и отредактированному тексту), тезисное (на основе подготовленных тезисов и сопутствующих материалов), импровизированное (обозначается лишь тема и продолжительность);
- **беседа** - диалогическая форма сообщения, дискуссия на темы, связанные с большим зрительским интересом;
- **обозрение** - жанр аналитической публицистики, где факты отбираются и сортируются в соответствии с авторской целью, рассматриваются обозревателем, который обобщает и делает выводы;
- **очерк** - жанр художественной журналистики, сочетающий документальность материала и художественность формы, соединяет фактичность, проблемность, аналитичность и образность;
- **эссе** - лично трактуемое сообщение;

- **фельетон, памфлет** несут элементы сатиры в изображении героев, событий.

Интернет - это название для совокупности мировых информационных ресурсов, которые столь необъятны, что зачастую находятся за пределами понимания человека.

Инструменты, используемые в интернете:

- **электронная почта** - это возможность послать сообщение любому пользователю в любой части земного шара, это самый недорогой оперативный и надежный способ связи;
- **телеконференция** - подобие электронной почты, но вы посылаете письмо не конкретному человеку или списку лиц, а в так называемую телеконференцию (группу новостей);
- **лист (список) рассылки** подразумевает включение вашего адреса в список рассылки писем, каждый раз, когда кто-либо отправляет письмо серверу данной группы, сервер автоматически рассылает это письмо всему списку пользователей.
- **чат** предоставляет возможность «разговаривать» с людьми, которые в нем находятся в данный момент;
- **www** - это информационная гипертекстовая система, предлагающая пути передвижения от документа к документу в поисках необходимой информации; гипертекст - это документ, который посредством ссылок позволяет вам перемещаться от одного места к другому, получая информацию, относящуюся к выбранной ссылке.

Используйте средства массовой информации для информирования местного сообщества. Подготовьте различные материалы: репортаж, интервью, заметки наблюдателя, отзыв жителя города и т.д. Не забудьте про листовки, с помощью которых вы можете рассказать о том, что сделали, поблагодарить активных участников проекта и т.п.

Можно организовать пресс-конференцию, в ходе которой вы сможете ответить на вопросы журналистов, рассказать о ходе работы над проектом, своих достижениях и новых планах.



Важные аспекты, которые необходимо учитывать при проведении пресс-конференции:

Тема должна быть актуальной и интересной журналистам, затрагивать волнующую всех проблему; в названии пресс-конференции необходимо соединить новость и проблему.

Наполнение - это вопросы, которые будут обсуждаться на пресс-конференции, оно должно включать статистику, аналитику и новость.

Участники подбираются под те вопросы, которые должны быть освещены, они отражают разные точки зрения; именитые и известные участники привлекут большее внимание к пресс-конференции.

Время определяется с учетом удобства для всех ее участников; оптимальная длительность пресс-конференции 40-90 минут.

Место должно быть легко находимым, хорошо освещенным, удобным, оснащенным всем необходимым (микрофоны, таблички с именами, минеральная вода и т.д.)

Состав журналистов должен соответствовать теме и содержанию пресс-конференции, пресс-релиз рассылается за неделю до мероприятия, перед самой пресс-конференцией нужно выслать приглашение, где указать время, место проведения, список обсуждаемых вопросов и участников.

Пресс-пакет содержит несколько видов материалов, полезных для СМИ, он включает в себя пресс-релиз, приглашение, описание организации, подборку материалов по данной проблеме, факт-листы, пресс-пакет вручается каждому журналисту.

Роль и действия ведущего заключаются в обеспечении эффективного общения участников с журналистами; он открывает и закрывает пресс-конференцию, предоставляет слово, снимает и переадресует вопросы; роль ведущего самая трудная, он должен уметь дистанцироваться, не ввязываясь в спор, его открытая доброжелательная позиция - основа для добрых, партнерских отношений со СМИ.



И еще один небольшой совет напоследок. Заведите папку, куда будете подшивать материалы о вашей проектной деятельности, а также сохраняйте видеозаписи (создайте видеотеку, если таких записей достаточное количество).

Этот заключительный проектный шаг поможет вам проинформировать общественность об основных результатах вашей работы, а, следовательно, убедить граждан в том, что ваше учреждение заинтересованно в решении имеющихся социальных проблем, формировании активной гражданской позиции молодежи и местного сообщества.

Вот ты и научился разрабатывать и реализовывать проект, твои одноклассники и товарищи тоже. А что делать, если у вас появилось много интересных проектов? Может провести конкурс социальных проектов?

КОНКУРС СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ -

это мероприятие, которое способствует определению проектов-победителей.

Организация и проведение конкурса социальных проектов дает возможность его организаторам:

- стимулировать активность учащихся, педагогов, родителей и представителей общественности;
- аккумулировать информацию об имеющихся проблемах в социуме и возможных путях их решения;
- выявить эффективные механизмы решения проблем;
- поддержать перспективные инициативы и создать условия для наиболее значимых проектов;
- привлечь партнеров к совместной деятельности;
- повысить имидж организации в глазах общественности.

Любая школа может организовать проведение подобного конкурса не только на уровне класса/школы, но и на уровне местного сообщества.

Важно сформировать команду единомышленников, которая займется разработкой конкурсной программы, проведет конкурс и подведет его итоги.



Упражнение «Конкурс социальных проектов»

Продолжительность: 90-120 минут.

Количество участников: 10-30 человек.

Цель: моделирование проведения конкурса социальных проектов и получение навыков его организации.

Ведущий объявляет тему конкурса социальных проектов, например, «Умеешь сам - научи другого!» В рамках заявленной темы группа готовит проведение конкурса. Всех участников нужно разделить на следующие группы:

1. Конкурсная комиссия (3-5 чел.) Задание: разработать критерии оценки проектов в рамках объявленной темы конкурса, не менее 10 критериев. Во время защиты оценить проекты и объявить победителей.

2. Разработчики проектов (6-20 чел.), которых разделить на подгруппы (2-4 чел.) Задание: каждая подгруппа готовит собственный проект к публичной защите.

3. Организаторы/ведущие конкурса (2-4 чел.) Задание: продумать сценарий конкурса. Организовать и провести мероприятие по защите проектов с включением всех участников.

Для работы в группах дается 30 мин.

По итогам групповой работы происходит презентация (защита) проектов. Организаторы/ведущие конкурса управляют процессом. Представители от каждой группы разработчиков презентуют проекты, идеи по определенному организаторами сценарию. Конкурсная комиссия (группа экспертов) оценивает проекты по определенным критериям и объявляет победителей. Для данного вида работы требуется 30-60 мин. (в зависимости от количества проектов и участников).

Участники конкурса социальных проектов получают навыки создания проектов и их реализации, ведения финансовой и аналитической отчетности по проектам. В образовательном учреждении формируется проектная культура, что особенно актуально в связи с ростом всевозможных грантовых программ, объявляемых как на местном, так и на федеральном уровне.

Работа по реализации проектов позволит вам объединиться с родителями, учителями и администрацией школы, представителями местного сообщества, ведь вас связывает единая цель - решение общих проблем.

Успехов вам в этом увлекательном и полезном деле!

D/3!

«Реализуем проект»

ИГРЫ И РАЗМИНКИ

Ледокол «Приветствие»

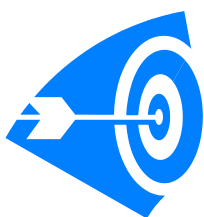
Ведущий называет тех, кого бы хотел поприветствовать, они встают, а остальные приветствуют их дружными аплодисментами. Каждое приветствие начинается со слов: «Я хочу поприветствовать тех, кто...»

- родился зимой,
- имеет братьев или сестер,
- одет в брюки,
- пришел в хорошем настроении,
- будет активно работать на сегодняшнем тренинге... и т.д.



Игра-приветствие «Печатная машинка»

Ведущий вместе с участниками выбирает фразу или короткий текст, где есть слова приветствия. Например: «Здравствуйте, ребята! Как ваши дела?» (Можно взять четверостишие любого стихотворения). Затем ведущий раздает всем по букве алфавита (если участников меньше, чем букв алфавита, кто-то получает несколько букв). Начинается «печатанье». Каждый поочередно поднимает нужную букву (можно при этом называть ее вслух). При пробеле между словами все участники дружно встают. Если в тексте встречаются запятая, участники хлопают один раз в ладоши, точка - топают двумя ногами один раз, восклицательный знак - хлопают в ладоши два раза, вопросительный - топают ногами два раза. Если участники ошибаются, ведущий говорит: «Ам!» («стирает» ошибку) и слово печатается заново. Для перехода на новую строку все участники говорят: «Вжик». Когда участники привыкнут, можно ускорить темп игры.



Игра «Посчитаем!»

Эта игра помогает мобилизовать внимание, улучшить настроение. Участники встают в круг.

Ведущий: Раз! (все один раз хлопают в ладоши). Есть у нас!
 Два! (игроки два раза топают ногами). Классная игра!
 Три! (участники поворачиваются лицом друг к другу).
 В глаза соседу посмотри! «Здравствуй» весело скажи!
 (Участники приветствуют друг друга и обмениваются рукопожатием).

Упражнение «Марионетки»

Участники делятся на тройки, где роли распределены так: 2 «кукловода» и «марионетка». Каждой группе предлагается разыграть маленькую сценку, где «кукловоды» управляют всеми движениями «марионетки». После этого каждый высказывается о своих чувствах. Цель этого упражнения - дать участникам на собственном опыте испытать состояние своей полной зависимости, а также состояние, когда другой человек полностью зависит от тебя.



Упражнение «В чем мне повезло»

Участники разбиваются по тройкам. Ведущий предлагает задание: в течение 2-3 минут рассказать друг другу о том, в чем вам повезло в этой жизни. После этого происходит обмен впечатлениями (мяч передается по кругу). Это упражнение, помимо собственной ценности, повышает уровень жизненного оптимизма, создает хороший настрой на работу.

Рисуночная разминка «Протяни навстречу руку»

Выкладывается лист ватмана, на который участники одновременно кладут свои ладони, каждый обводит контур своей ладони и раскрашивает свою часть получившегося рисунка. По желанию участников можно не обводить контур, а намазать краску на ладонь и отпечатать ее на бумаге. Это упражнение дает возможность для самовыражения, несет социометрическую нагрузку (расположение отпечатков на листе, их взаимные позиции).

Упражнение «Запоминание позы»

Участники произвольно располагаются в пространстве и принимают любые позы. Водящий внимательно смотрит, стараясь запомнить позы, затем выходит за дверь. В это время каждый участник меняет одну деталь в своем положении. Вошедший водящий пытается угадать, что изменилось в позе каждого участника. Если участников много, можно объединить их в мини-группы, изображающие скульптуры. Основным смыслом упражнения - развитие наблюдательности.

Упражнение «Совместный счет»

Задание на первый взгляд очень простое: всего лишь досчитать до десяти. Хитрость состоит в том, что считать надо коллективно: кто-то говорит «один», другой - «два» и т.д., договариваться о порядке счета нельзя. Если число произносится участниками одновременно, счет начинается сначала. В простейшем варианте упражнение выполняется с открытыми глазами, в более сложном - с закрытыми. Разговаривать запрещается! Ведущий фиксирует время каждой попытки.

Игра «Дракон ловит свой хвост»

Группа встает в колонну, каждый участник держит за пояс стоящего впереди. Начало колонны - «голова», а конец - «хвост» дракона. «Голова» пытается ухватить «хвост», который должен увернуться. При выполнении этого задания двигается вся колонна, но руки участников не размыкаются. Можно повторить игру несколько раз, меняя порядок построения. Цель игры - активизация участников, развитие умения координировать совместные действия.

Упражнение-релаксация «Свеча»

Участники образуют круг. Горящая свеча передается по часовой стрелке из рук в руки и каждый, держащий ее, говорит: «Мне сегодня понравилось, что...»



ИСПОЛЬЗУЕМАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА И РЕСУРСЫ:

1. Болуж Е.В., Валюшицкая И.В., Фомина Е.Ю., Шайхутдинов Е.М. «Общественно-активная школа: опыт построения социального партнерства», КРМОО Центр «Сотрудничество», г.Красноярск, 2005.
2. Валюшицкая И.В. «Методы, которые мы выбираем», КРМОО Центр «Сотрудничество», г.Красноярск, 2003.
3. Валюшицкая И.В., Максименко Н.А., Насонова Е.В., Фомина Е.Ю. «Российская модель общественно-активной школы», КРМОО Центр «Сотрудничество», г.Красноярск, 2004.
4. Дж. К. Джонс. «Методы проектирования», М.: "Мир", 1986.
5. Дорофеева М.А., Уткина О.А. «Интенсивная школа РОСТ», КРМОО Центр «Сотрудничество», г.Красноярск, 2007.
6. Казанцева Н.А. «Будем здоровы! Добровольческая кампания общественно-активных школ», КРМОО Центр «Сотрудничество», г.Красноярск, 2002.
7. Казанцева Н.А. «Общественно-активные школы: опыт добровольческих инициатив», КРМОО Центр «Сотрудничество», г.Красноярск, 2002.
8. Казанцева Н.А., Мишина А.О. «Весенняя Неделя Добра», КРМОО Центр «Сотрудничество», г.Красноярск, 1999.
9. Казанцева Н.А., Стыврина Ю.В. «Методическое пособие для учителей по молодежной программе «Я, Ты, Сообщество», КРМОО Центр «Сотрудничество», г.Красноярск, 1998.
10. Логинова Н.Ф., Самсонова С.Х. «Как получить хороший социальный опыт или рекомендации ученику как стать хорошим проектировщиком», Красноярск, 2007.
11. Максименко Н.А. «Школа-центр общественной активности, материалы по итогам проекта», КРМОО Центр «Сотрудничество», г.Красноярск, 2006.
12. Максименко Н.А. «Эстафета добрых дел общественно-активных школ», КРМОО Центр «Сотрудничество», г.Красноярск, 2005.

13. Максименко Н.А., Морозова Н.А., Фомина Е.Ю. «Шаг навстречу или участие общественности в жизни школы», КРМОО Центр «Сотрудничество», г.Красноярск, 2007.
14. Насонова Е.В. «Демократизация школы», КРМОО Центр «Сотрудничество», г.Красноярск, 2005.
15. Насонова Е.В., Лебедева Л.И. «Формы школьного ученического самоуправления общественно-активных школ», КРМОО Центр «Сотрудничество», г.Красноярск, 2003.
16. Новикова Т.Г. «Проектирование эксперимента в образовательных системах» - М.: АСADEМIA, 2003.
17. Оценка проектов и программ. Школа управления НКО /Под редакцией Центра поддержки НКО, 2003.
18. Пахомов В.П. «Методика социально-образовательного проекта «Гражданин», Самара, 2006.
19. Пронькин В.Н., Аксенова О.В., Беляева Н.Ю. и др. «СИВИКА. Гражданское общество» (курс практического обществознания), С-Пб, 2006.
20. Пронькин В.Н., Аксенова О.В., Беляева Н.Ю. и др. «СИВИКА. Гражданское общество» (хрестоматия), С-Пб, 2006.
21. Прутченков А.С. «Шаг за шагом. Технология разработки и реализации социальных проектов»- М.:,2001.
22. Шпоркина Е.М. «Технология социального проектирования», Ульяновск, 2007.
23. Школа социального менеджмента: Сборник статей/Под ред. Киселева М.Ю., Комаровой И.И. - М.: Издательский дом «Карапуз», 2004.
24. Журналы «Сотрудничество» №№ 1-4 за 2008 год.
25. Виртуальный ресурсный центр для НКО - <http://www.trainet.org/>
26. Всероссийский Интернет-педсовет - <http://pedsovet.org/>
27. Всероссийский Портал общественно-активных школ - <http://www.cs-network.ru>
28. Он-лайн словари «Словопедия» - www.slovopedia.com
29. Сайт КРМОО Центр «Сотрудничество» - <http://www.kccsr.ru>