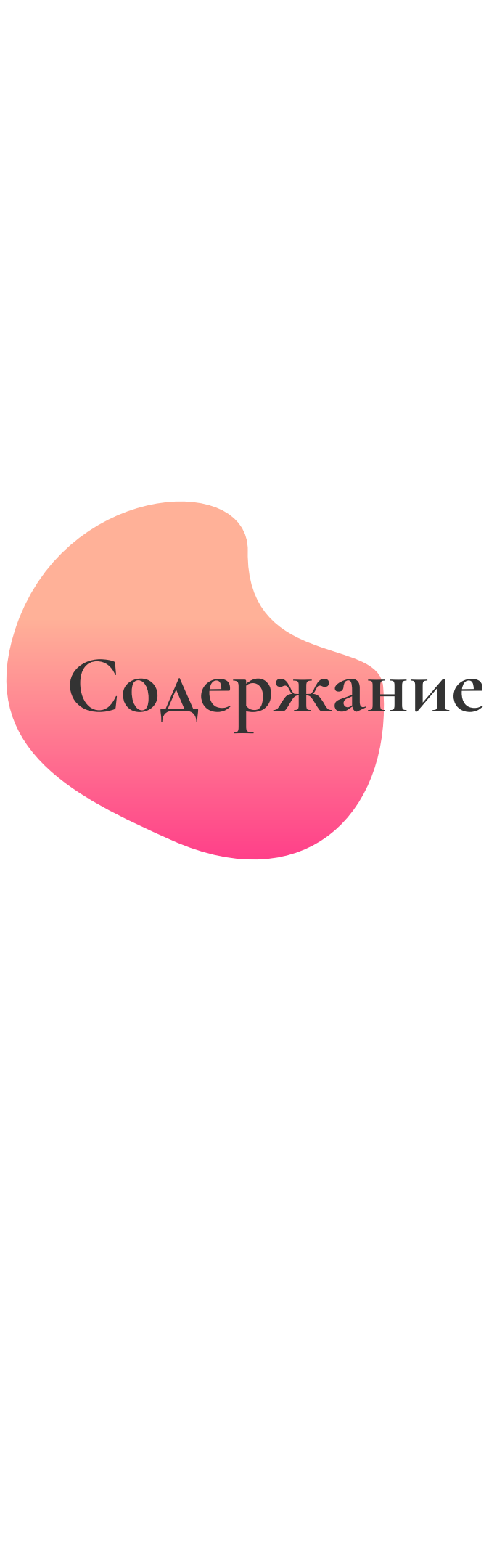




КОРЗИНА ДОБРОТЫ

Методические рекомендации
для некоммерческих
организаций по развитию
благотворительности и
добровольчества в сфере
продовольствия

«Проект реализуется с использованием гранта Президента
Российской Федерации»



Содержание

03.....об актуальности рационального потребления

05.....о фонде

08.....о программе

12.....о роли волонтерского движения в развитии благотворительности в продовольственной сфере

16.....ознакомление с принципами осуществления благотворительной деятельности в России

18.....технологии вовлечения добровольцев в сферу благотворительности

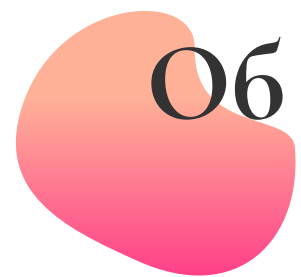
21.....особенности информационной работы по вовлечению волонтеров

29.....мотивы добровольческой деятельности (построение системы мотивации)

34.....технологии «удержания» волонтеров в проекте

37.....методика повышения уровня осознанности волонтеров

39.....приложения



Об актуальности рационального потребления

«Ежегодно в мире уничтожается порядка 1/3 всего производимого продовольствия, это при том, что 820 миллионов человек не имеют доступа к достаточному количеству продуктов*.

Потери и отходы продовольствия образуются по всей продовольственной цепи – от начального производства до конечного потребления домашними хозяйствами, что ведет к расточительному расходованию производственных ресурсов, таких как земля, вода, энергия, росту выбросов тепличных газов. А ведь человечество уже живет в условиях так называемого «экологического долга», когда скорость потребления человечеством биоресурсов превышает способность Земли восстанавливаться и поглощать выбросы CO2 за один календарный год».

15 тыс. санкционированных мусорных полигонов, занимающий площадь около 4 млн. гектаров (2 территории Москвы) + 300-400 тыс. гектаров/год

каждый **7й** человек в России живет за чертой бедности (18,6 млн. человек)

ежегодно **17** млн. тонн еды попадает на мусорные полигоны

примерно **1/3** семейного бюджета уходит на покупку продуктов питания

2,4 млн. тонн метана выделяют пищевые отходы

14% российских семей денег хватает только на еду

1,6 трлн. рублей - оценочная стоимость продуктов, которые в итоге оказались на свалке

0,7% российских семей даже на еду денег не хватает

* Данные доклада ООН «Положение дел в области продовольственной безопасности и питания в мире», 2018 год».

«25 сентября 2015 года – члены ООН приняли Повестку в области устойчивого развития до 2030 года. Она содержит ряд целей, направленных на ликвидацию нищеты, сохранение ресурсов планеты и обеспечение общего благополучия. В настоящее время Правительство РФ работает над первым добровольным национальным обзором достижения целей устойчивого развития, который планируется представить в ООН в 2020 году. Фудшеринг в промышленных масштабах способен значительным образом повлиять на достижение следующих ЦУР в России».



«Важно предотвратить превращение еды в отходы. Сохранение уже произведенной продукции в продовольственной цепочке позволило бы системно решать проблемы, связанные с продовольственным обеспечением нуждающихся, а также значительно снизить нагрузку на окружающую среду».

Если предотвратить утилизацию

1,2 млн. тонн продуктов

В ГОД, **то можно**
каждый месяц

бесплатно выдавать

5 кг. еды в руки

18,6 млн. **малоимущих людей**

Если семья состоит из

5 человек,

то она получит

25 кг.

бесплатного
продовольствия*
в месяц

О фонде



Президент Фонда, Юлия Назарова: «Миссия Фонда – спасение продовольственных и непродовольственных товаров и их эффективное распределение по принципу социальной справедливости. Благодаря помощи волонтеров за годы работы мы раздали более 30 млн кг продовольствия и товаров народного потребления малоимущим гражданам во всех регионах России».

«Фонд продовольствия «Русь» – первый и единственный «банк продовольствия» в России, который занимается фудшерингом в промышленных масштабах. Его задача – спасти пригодные к употреблению продукты, раздавая их нуждающимся.

Вот уже 7 лет мы:

- эффективно помогаем продовольственными и непродовольственными товарами людям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации;
- боремся с уничтожением продовольственных излишков, внося свой вклад в сохранение экологии;
- решаем задачу по обеспечению продовольственной безопасности страны.

Как мы помогаем

«Развиваясь вместе с нами, ты можешь стать представителем Фонда в своем городе!»

Ежедневно мы получаем заявки от производителей, ритейлеров, кафе и ресторанов со списками товаров на благотворительность, после чего моментально организуем вывоз продукции со складов/прочих мест хранения и доставляем в пункты выдачи, где чаще всего ждут заранее приглашенные нуждающиеся люди. Непосредственной раздачей продуктов на местах занимаются проверенные региональные партнеры Фонда: государственные центры социального обслуживания населения, социально ориентированные некоммерческие и религиозные организации (преимущественно приходы Русской православной церкви), столовые для кормления бездомных, приюты для животных. Наряду с контролем качества собираемой продукции мы осуществляем постоянный контроль развоза и раздачи продуктов. Вся работа идет по договорам пожертвования с наличием сертификатов качества. Нуждающиеся получают продукты по факту предъявления документов, подтверждающих статус социально незащищенных.

Волонтерские программы Фонда:

Продовольственный марафон – программа сбора продуктов питания и прочих товаров в магазинах и в офисах компаний. Товары в ходе акций жертвуют покупатели магазинов или сотрудники офисов. Речь идет о свежкупленных товарах с длительным сроком хранения. Участники акций могут отдать продукты волонтерам фонда, которые дежурят в магазине, либо положить в специально отведенные короба для приема товаров. По завершении продовольственного марафона волонтеры фонда вывозят продукты на склад, проводят переборку и расфасовку по наборам, а затем раздают нуждающимся.

#КорзинаДоброты #ПродуктыВпомощь

Народный обед – ежегодно Фонд проводит акцию «Подари обед ребенку» в ресторанах KFC, на собранные в ходе акции средства закупаются оптом крупы, макароны и подсолнечное масло. Затем они развозятся в региональные цеха фасовки, где волонтеры дважды в месяц из многокилограммовых мешков с продуктами формируют продуктовые наборы: 5 видов круп и бутылка масла. Эти наборы получают малоимущие семьи с детьми.

#НародныйОбед

Статистика за 2019г.



6 млн.кг. продовольственных и непродовольственных товаров в год

150 тыс. нуждающихся каждый месяц (более 80% семей с детьми)

200 пунктов выдачи помощи на базе региональных партнеров

Более 50 регионов участвуют в раздачах помощи

Более 1 млрд. рублей оценочная стоимость товаров, которые фонд раздает бесплатно нуждающимся ежегодно

5 тыс. волонтеров



О программе

Образовательно-просветительская программа создана в рамках реализации проекта «Корзина доброты» по развитию благотворительности и вовлечению населения в социально значимую деятельность.

Банк еды (банк продовольствия)– благотворительная организация, которая собирает с полей, производств, магазинов, кафе не востребовавшую еду и раздает ее нуждающимся. Банки еды есть в большинстве стран Европы, в Канаде, США, Африке, Австралии, Азии.

Благотворительность — оказание материальной помощи нуждающимся частными лицами или организациями. Благотворительность может быть направлена на поощрение и развитие каких-либо общественно значимых форм деятельности.

Благотворители — физические лица (граждане Российской Федерации, граждане иностранных государств, лица без гражданства) и юридические лица (российские и иностранные юридические лица, международные организации), разделяющие цели Программы и участвующие в ее реализации в порядке и на условиях, определенных настоящей Программой.

Благополучатели — непосредственные потребители конечных результатов социального проекта (как физические, так и юридические лица), получающие благотворительные пожертвования от благотворителей и/или помощь от волонтеров (добровольцев).

Всероссийский благотворительный фонд «Фонд продовольствия «Русь» — (далее «Фонд продовольствия «Русь», Фонд) — некоммерческая общественная организация, зарегистрированная 25 октября 2012 года, с целью оказания социальной поддержки и благотворительной помощи социально-незащищенным категориям населения/граждан по всей России посредством предоставления продуктов питания и иных потребительских товаров, пожертвованных для этой цели Фонду физическими и юридическими лицами, и доведенных до благополучателей (физических лиц) через партнерскую сеть некоммерческих организаций.

Добровольцы/волонтеры — (от лат. voluntarius — добровольный, поступающий по собственной воле) физические лица, осуществляющие благотворительную деятельность в форме безвозмездного выполнения работ, оказания услуг.

Волонтеры Фонда — физические лица, осуществляющие благотворительную деятельность в форме безвозмездного выполнения работ, оказания услуг в деятельности Фонда продовольствия «Русь».

Социально-незащищенные категории населения — группы населения, которые в силу возраста, состояния здоровья, трудной жизненной ситуации или иных факторов не в состоянии обеспечить себе (и своим семьям) на момент оказания благотворительной помощи достойный уровень материального благосостояния (малообеспеченные граждане).

Малообеспеченные граждане — лица, имеющие доход ниже величины прожиточного минимума, установленного в субъекте РФ по месту проживания данного лица.

Трудная жизненная ситуация — ситуация, объективно нарушающая жизнедеятельность гражданина (инвалидность, неспособность к самообслуживанию в связи с преклонным возрастом, болезнью, сиротством, безнадзорностью, малообеспеченностью, безработицей, отсутствием определенного места жительства, конфликтами и жестоким обращением в семье, одиночеством и тому подобным), которую он не может преодолеть самостоятельно.

Социальное волонтерство — добровольческая (волонтерская) деятельность, направленная на оказание помощи отдельным гражданам и (или) социальным группам населения из числа социально незащищенных, социально уязвимых и (или) находящихся в трудной жизненной ситуации категорий граждан, осуществляемая с целью

улучшения качества их жизни, предупреждения и преодоления негативных жизненных обстоятельств.

Фудшеринг — (дословно «обмен едой») экологическое движение, которое возникло в Германии и ставило своей целью обмен едой, как полезным ресурсом, между участниками движения. Благодаря фудшерингу спасенные продукты передаются людям, которые в них заинтересованы, рационально используются природные и трудовые ресурсы, сокращается объем пищевых отходов.

Экологическое волонтерство — добровольческая (волонтерская) деятельность в области защиты окружающей среды, направленная на решение экологических проблем и формирование экологической культуры в обществе.

Актуальность программы обусловлена необходимостью систематизации накопленного Фондом опыта по вовлечению людей в сферу благотворительности и развития добровольческого движения в реализации продовольственной безопасности страны. Программа способствует достижению целей Концепции развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 27 декабря 2018 г. No 2950-р).

Данная программа адаптирована к сфере продовольственной безопасности и основывается на постулатах Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации (Указ Президента РФ от 30 января 2010 г. N120).

Целевая аудитория программы:

- волонтеры проекта «Корзина доброты» Фонда продовольствия «Русь»,
- волонтеры, участвующие в проектах Фонда продовольствия «Русь» более 1 года,

О программе

- координаторы проекта «Корзина доброты»,
- население ЦФО.

Основными целями программы являются: популяризация принципов правильного, здорового питания и продовольственной безопасности среди населения ЦФО, повышение эффективности работы волонтеров Фонда, создание организационной модели эффективного управления волонтерской деятельностью, а также способствует повышение узнаваемости Фонда.

В части подготовки волонтеров к участию в проекте программа направлена на решение следующих задач:

- повышение уровня осознанности через чёткое понимание волонтерами целей проектов Фонда,
- актуализация личной ответственности за свой конкретный результат в рамках конкретного мероприятия, повышение уровня социальной ответственности.

В части содействия личностному росту, развитию участников и волонтеров проектов Фонда программа направлена на решение следующих задач:

- формирование коммуникативных навыков,
- формирование навыков работы в команде,
- содействие развитию лидерских качеств и повышению личной эффективности.

Программа адаптирована к сфере продовольственной безопасности населения и направлена на решение следующих задач:

- информирование и популяризация среди населения принципов здорового и правильного питания,
- повешение осведомленности о принципах разумного потребления, об экологическом ущербе от продуктовых потерь.



О роли волонтерского движения в развитии благотворительности в продовольственной сфере

*«Чтобы поверить в добро, надо начать делать его»
Лев Толстой*

Фонд продовольствия «Русь» помогает миллионам людей по всей стране, но это было бы абсолютно невозможно, если бы, не душа проекта — его волонтеры (лат. voluntarius — добровольный, поступающий по собственной воле).

Круг добра

Тысячи добровольцев разного возраста и социального положения объединяются в волонтерское движение. Откликнувшись на несчастья людей, вдохновленные неравнодушием других, они тоже становятся волонтерами.

Поддерживая деятельность проектов Фонда вы получаете уникальную возможность поучаствовать сразу в двух видах добровольчества: социальном и экологическом. С одной стороны, вы помогаете нуждающимся, малоимущим и одиноким людям, а с другой — вносите неоценимый вклад в улучшение экологической ситуации, давая продуктам «вторую жизнь», сохраняете природу.

Доброволец продовольственной сферы — это не просто неравнодушный человек, «осуществляющий благотворительную деятельность в форме безвозмездного выполнения работ или оказания услуг», это ещё носитель уникальных знаний о разумном и осознанном потреблении, о принципах продовольственной безопасности страны.

Добровольческая деятельность в сфере продовольствия открывает много возможностей:

- быть частью огромной волонтерской семьи;
- помочь тем, кто нуждается;
- помочь тем, кто хочет помогать нуждающимся, но не имеет для этого ресурсов — времени или необходимой информации;
- обратить внимание общества на существующие проблемы, что значит сделать первый шаг к их решению;
- улучшить качество собственной жизни, применив полученные знания о правильном и здоровом питании, о принципах здоровьесбережения;
- улучшать экологическое состояние собственной страны, делаясь с людьми информацией о важности осознанного и разумного потребления, о существующих технологиях «второй жизни» для вещей и продуктов;
- развить себя как личность: повысить уровень эмпатии, эффективности общения и своих лидерских качеств, стать более уверенным в себе, улучшить навыки тайм-менеджмента.
- развиваясь вместе с нами, ты можешь стать представителем Фонда в своем городе!

Кому мы помогаем:

- людям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации;
- многодетным малообеспеченным семьям и семьям с доходом ниже прожиточного минимума на одного члена семьи;
- пожилым людям и инвалидам, проживающим в интернатах и Домах престарелых;
- одиноким пожилым людям, престарелым гражданам (старше 70 лет);
- детям, оставшимся без попечения родителей, детям-сиротам, выпускникам детских домов и интернатов;

О роли волонтерского движения в развитии благотворительности в продовольственной сфере

- инвалидам, детям с инвалидностью и их семьям
- лицам, пострадавшим от стихийных бедствий, политических и социальных конфликтов;
- бездомным;
- беженцам;
- лицам, которые в наибольшей степени нуждаются в социальной помощи и материальной поддержке.

Любой желающий может **присоединиться к семье добровольцев** Фонда продовольствия «Русь»! Как это сделать?

Написать нам в социальных сетях:

- <https://vk.com/foodbankrus>
- <https://www.facebook.com/FoodbankRus/>
- <https://www.instagram.com/foodbankrus/>

Нажать кнопку «Стать волонтером» на сайте: foodbankrus.ru или корзинадоброты.рф, пройти регистрацию и выбрать один из наиболее близких именно тебе видов помощи!

Чем ты можешь помочь? Фонду необходима:

- любая организационная помощь (трансфер продукции на своём автомобиле, проведение массовых благотворительных мероприятий в городах);
- профессиональная волонтерская помощь от программистов, дизайнеров, фотографов, видеооператоров, мультипликаторов, SMM и т.д.;
- сбор продовольственной и непродовольственной продукции от физических лиц в магазинах-партнёрах для социально-незащищённых категорий населения;
- помощь в сборе излишков продукции крупных компаний для последующей передачи нуждающимся в регионах страны;
- помощь в организации сортировки, переборки и раздачи продуктов, в выездах с продуктами в деревни к бабушкам, дедушкам и другим нуждающимся людям;

- помощь в создании в специальных нестационарных цехах продуктовых наборов — «народных обедов» — из приобретённых Фондом продуктовых ингредиентов по специально разработанным рецептурам с учётом калорийности продуктов для последующей передачи нуждающимся;
- помощь в поддержке людей, пострадавших в результате чрезвычайных ситуаций или стихийных бедствий;
- помощь в имущественных неденежных и денежных пожертвованиях (от физических и юридических лиц);
- помощь в организации и развитии корпоративного волонтерства для компаний, имеющих программы корпоративной социальной ответственности
- информация о людях, находящихся в неблагоприятной жизненной ситуации и нуждающихся в продуктах питания.



Ознакомление с принципами осуществления благотворительной деятельности в России

Российская сфера благотворительности на сегодняшний день является одной из самых значимых сфер развития общества, приоритетное направление социальной и молодежной политики государства, которое стимулирует развитие спорта, образования, медицины, культуры, предоставляя возможности для социального творчества и других созидательных инициатив граждан.

На фоне роста экономического значения добровольчества и благотворительности, добавляющего сегодня существенные объемы внебюджетных средств, направленных на решение социальных задач в нашей стране, заметны «нематериальные» эффекты этой деятельности: социальный, моральный, психологический, нравственный.

Эффективность функционирования системы благотворительности зависит от соблюдения следующих принципов:

Принцип равноправия всех членов общества на участие в благотворительной деятельности без какой-либо национальной, этнической, политической дискриминации, как для граждан, так и для беженцев, вынужденных переселенцев, лиц без гражданства.

Принцип адресности предполагает оказание любой формы благотворительной помощи конкретным группам нуждающегося населения в соответствии с законодательно принятыми критериями и пожеланиями благотворителей.

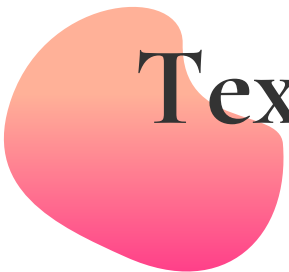
Принцип правовой обеспеченности достигается за счет разработки новых и упорядочивания действующих законодательных и иных нормативных актов, регулирующих сферу благотворительности.

Принцип гибкости благотворительных акций предполагает систематический пересмотр направлений, форм, методов, механизмов и технологий оказания благотворительной поддержки в соответствии с изменяющимися социально-экономическими условиями жизнедеятельности общества.

Принцип управляемости системы благотворительности достигается за счет четкого разграничения функций, полномочий, ответственности и ресурсного обеспечения различных организаций, осуществляющих благотворительную поддержку различных благополучателей, как частных лиц, так и организаций.

Принцип научной обоснованности системы благотворительности предполагает применение теоретических, методических и экспериментально апробированных механизмов и технологий, доказавших на практике свою эффективность в решении проблем благотворительности.

Важным принципом встраивания благотворительности в систему социальной политики является **информационная достаточность сопровождения благотворительных акций**.



Технологии вовлечения добровольцев в сферу благотворительности

Одним из видов благотворительности является добровольчество, которое сейчас позволяет решать многие социальные задачи, снижать чувство социальной несправедливости, помогает интеграции различных слоев общества и построению гражданского общества.

Волонтеры делятся своими эмоциями, навыками, знаниями, опытом, временем, что отличает добровольчество от остальных видов благотворительности.

Именно поэтому процессу поиска, вовлечения волонтеров уделяется большое внимание.

В выстраивании эффективной системы работы с волонтерами в организации особое внимание уделяется процессу поиска, вовлечения и удержания добровольцев, которые готовы присоединиться к волонтерскому движению и помогать в решении волонтерских задач.

1 этап. Планирование

Планирование – элемент работы, придающий устойчивость организации в области управления человеческими ресурсами, ведь на данном этапе есть возможность значительно уменьшить неоправданные ожидания непосредственных организаторов и самих добровольцев.

Необходимо предусмотреть и определить:

- планы и возможности организации для работы с добровольцами;

- виды работ, которые могут выполнять добровольцы при определенной подготовке и обучении;
- ожидания от работы добровольцев;
- источники ресурсов для добровольной работы людей и сравнить предполагаемые затраты на обеспечение работы добровольцев с предполагаемым эффектом от их работы;
- программы, проекты, акции, мероприятия, которые напрямую решают поставленные организацией задачи, но не имеют достаточных человеческих ресурсов;
- общие виды работ, которые не требуют постоянной занятости, полноценной нагрузки и могут быть интересны для добровольцев.

По итогам рекомендуется создать документ, регламентирующий работу с добровольцами, например, «Положение о работе с добровольцами», который позволит людям опираться впоследствии на установленные правила.

В рамках концептуального планирования работы организации с волонтерами важно продумать документационное обеспечение деятельности добровольцев:

- **Анкета** – первичный документ знакомства с волонтером, содержащий в себе личные данные, контакты, место работы/учебы, знание языков, интересы, опыт волонтерской работы, особые навыки, наличие автотранспорта и т.д. Позволяет получить начальную информацию о волонтере для собеседования, отбора и определения функции.
- **Личная книжка волонтера** – документ установленной формы, которым подтверждается деятельность волонтера, содержит сведения о его деятельности, поощрениях, дополнительной подготовке и т.д.
- **Инструкция/памятка**– содержит информацию, которую необходимо знать волонтеру: объем и время работы, график, требования, знания и навыки, которыми должен обладать волонтер, в некоторых случаях – систему обучения, контроля и оценки его деятельности.

- **Соглашения/согласия** – документы, регламентирующие деятельность волонтера на конкретном мероприятии (в случаях специализированной деятельности), здесь прописываются все правила мероприятия, необходимые к ознакомлению и выполнению.
- **Согласие на обработку персональных данных** – в соответствии с законом о сохранности персональных данных (№ 52-ФЗ от 27 июля 2006 г.) составляется во время сбора персональных данных.
- **Поощрительные документы от организации** – рекомендательное письмо (отзыв о работе волонтера, составленный в свободной форме с целью подчеркнуть качества человека, важные для решения о принятии на будущий волонтерский проект, на работу, для портфолио, получения повышенной стипендии и т.д.); благодарственное письмо (официальное письмо, содержащее слова благодарности волонтеру за проделанную работу, проявленные качества, особый вклад), справка об участии (документ, содержащий информацию о датах, времени проведения мероприятия и вклад волонтера в его успешное завершение).



Особенности информационной работы по вовлечению волонтеров

Информационная работа по вовлечению волонтеров – это целенаправленное формирование информационных потоков о непосредственно проекте/событии и о возможностях стать его частью в качестве добровольца.

Приглашая людей к добровольческой деятельности, необходимо не только ясно и понятно объяснять, для какой конкретной работы нужны волонтеры, но и объяснять цели этой работы. Кому поможет то дело, которое помогают сделать добровольцы? Участниками каких общественных процессов они становятся? Что изменится в обществе в результате этих действий и конкретно благодаря работе добровольцев? В чем состоит привлекательность этой сферы по сравнению со множеством других?

Основные тезисы сообщения:

- для кого/с кем будет работать доброволец (клиенты, целевые группы, объекты);
- функционал добровольца (основные обязанности);
- условия работы добровольца (место работы, временной график работы, чем и как будет обеспечиваться работа: какие материалы, оргтехника, инструмент, спецодежда и т.д.);
- затраты добровольца, предполагаемые компенсации;
- дополнительные возможности для добровольцев: обучение, питание, раздаточный материал;
- требования, предъявляемые к добровольцу.

Для того, чтобы повысить эффективность информирования большего количества людей о возможностях принять участие в событии, необходимо определить целевую аудиторию и каналы распространения информации.

Рассмотрим возможности самых основных:

Официальный сайт организации/проекта

Источник официальной (подтвержденной) информации. Именно здесь размещаются документы для СМИ – пресс-анонс и пресс-релиз о самом событии, выкладываются организационные документы, формируется статистика о прошедших событиях, публикуется список официальных партнеров, а также статьи о возможности принять участие в событии в качестве волонтера.

Страницы в социальных сетях (Вконтакте, Одноклассники, Facebook, Инстаграм и т.д.)

Социальная сеть – это онлайн-платформа, которую люди используют для общения, создания **социальных** отношений с другими людьми со схожими интересами. В менее формальной форме здесь публикуются статьи, пресс-релизы и посты о самом событии/проекте и возможностях, которые открываются при участии в нем в качестве волонтера, информация о подготовке и организации мероприятия, его партнерах, а также полезный контент по теме для привлечения целевой аудитории.

Публичная страница (паблик) – это сообщество в социальной сети, в которое могут вступить зарегистрированные в ней пользователи. Группа отличается от паблика тем, что ее можно сделать закрытой или частной. Тогда материалы не будут доступны простым посетителям, а только одобренным участникам. При прямой «связке» с официальным сайтом страницы в социальных сетях также могут являться официальным источником информации.

Мессенджеры, позволяющие обмениваться сообщениями и медиафайлами различных форматов с одним человеком или целой группой людей. В частности, **Telegram** – это не только мессенджер, это своего рода социальная сеть. Вы можете размещать контент о событии на канале своей организации или канале партнеров, создавать чат-бот для информирования о событии или анкетирования участников, создавать корпоративные стикеры для привлечения внимания к событию – делать все, что поможет привлечь внимание общественности к вашему мероприятию

YouTube – видеохостинговая компания, предоставляющая пользователям услуги хранения и показа видео, дающая пользователям возможность загружать, просматривать, оценивать, комментировать, добавлять в избранное и делиться теми или иными видеозаписями. На канале организации, партнеров предполагается размещение информационных роликов о событии, полезного контента для привлечения внимания целевой аудитории. Возможно привлечение блогеров (с большой аудиторией).

Информационное партнерство со СМИ – привлечение к освещению предстоящего события средств массовой информации на постоянной основе, например, путем подписания партнерского соглашения об информационном сопровождении подготовки и проведения мероприятия. Обычно выбирается несколько средств массовой информации, которые решают стать информационными партнерами с предоставлением своей площадки для публикации анонсов в обмен на размещение логотипа и на прочих партнерских условиях с рекламными и информационными материалами мероприятия.

Информационное освещение события на различных мероприятиях – выступление представителя проекта на различных площадках (молодежные форумы, общественные площадки, презентации в школах, ССУЗах и ВУЗах, среди НКО) о самом событии и о возможностях стать волонтером.

Реклама – не персонифицированная передача информации о событии посредством различных носителей. Размещение информации о возможности стать волонтером события на афишах, листовках, на специальных конструкциях наружной рекламы. Интересная и креативная подача информации важна не меньше, чем канал ее распространения. Ниже приведены примеры различных способов подачи информации.

Сторителлинг – маркетинговый прием, использующий медиа-потенциал с целью передачи информации и транслирования смыслов посредством рассказывания историй. Молодым людям гораздо проще получить информацию в виде истории, которая захватит внимание, вызывая симпатию к главному герою истории, и, через симпатию, донесет до аудитории основной посыл. Используйте истории для вовлечения в проект волонтеров, они воздействует на наше подсознание по-другому, нежели указания, факты или логические объяснения, людей подкупает искренность, открытость и правдивость.

Социальная реклама – это вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к жизненно важным проблемам общества и его нравственным ценностям. В случае с вовлечением волонтеров в благотворительную деятельность реклама может демонстрировать разницу в результатах проекта при участии и неучастии волонтеров.

Привлечение медиаперсон организуется с целью привлечения большего внимания к мероприятию. Известные люди, которые становятся лицом информационной кампании, размещают информацию об участии в событии у себя на странице в социальных сетях, на сторонних ресурсах, упоминают в интервью, позволяют охватить большой объем аудитории, что создает дополнительные возможности для информирования потенциальных волонтеров.

Привлечение популярных блогеров – один из самых эффективных способов донести до аудитории информацию, так как аудитория уже готова ее воспринимать. У людей, имеющих подписку на ресурс, заведомо выше уровень доверия к подобной информации, а призыв «кумира» может стать своеобразным катализатором в принятии решения к участию в проекте.

Пресс-конференция – официальное мероприятие для СМИ, проводимое в случаях, когда организация или отдельная личность желают прокомментировать общественно значимую новость, непосредственно связанную с ней. Организация пресс-конференции предполагает приглашение экспертов, заинтересованных лиц и представителей СМИ.

2 этап. Поиск и набор волонтеров

Для реализации более эффективного процесса привлечения добровольцев к деятельности организации необходимо точно определить форму и метод их набора.

Массовый (широкий)

Массовый набор используется для старта работы на новой территории, а также с целью проведения масштабных мероприятий и привлечения добровольцев любого возраста, пола, интересов. Так подобная форма в контексте деятельности организации применима к поиску волонтеров для акции «Корзина доброты».

Особенности:

- не требует специфического опыта/знаний/навыков от соискателя;
- подходит большинство людей при минимальном обучении/подготовке к мероприятию, например, посредством прохождения инструктажа или выдачи памятки.

Методы массового набора:

- распространение информирующих брошюр, листовок, плакатов;
- выступления на массовых публичных мероприятиях с объявлениями о наборе;
- объявления в СМИ и социальных сетях;
- специальные акции в местах массового присутствия людей;
- взаимодействие с партнерами и НКО (объявления на мероприятиях НКО, беседы и лекции, выступления и презентации добровольческих программ в учебных заведениях, бизнес-компаниях, «сарафанное радио» и т.д.);
- размещение объявлений в местах скопления людей (остановки, транспорт, лифты и т.д.) – требует согласования и продуманного подхода к дизайну, чтобы картинка «не потерялась» на фоне остальных объявлений.

Целевой (точечный набор)

Такая форма набора используется при необходимости найти волонтера с определенными навыками (образование, профессия, физические данные, возраст и т.д.). В рамках деятельности в сфере продовольствия можно привести в пример поиск водителя с собственным автомобилем для транспортировки продуктов.

При таком наборе необходимо составить обращение таким образом, чтобы посыл дошел до нужного круга людей. Нужно четко прописать, для каких работ требуются добровольцы и каковы критерии их отбора.

Методы целевого поиска волонтеров похожи с массовым набором, однако есть ряд особенностей:

- использование тематических СМИ и площадок в социальных сетях (объявления, посты, баннеры);
- размещение объявлений в местах с повышенной концентрацией потенциально подходящих лиц, при этом здесь крайне важно непосредственное общение и личные контакты с людьми;
- «сарафанное радио» (через друзей и знакомых) повышает уровень взаимного доверия, так как волонтер уже что-то знает и готов помогать;
- промо-акции, раздача наглядных брошюр/листовок с указаниями критериев поиска волонтеров на мероприятиях.

«Закрытый» набор

Данная форма поиска используется при необходимости подобрать добровольца на особо ответственную работу или для поручений, которые нельзя афишировать. При поиске такого человека крайне важно детально прописать его компетенции и задачи, которые ему предстоит решать. В качестве методов поиска можно использовать:

- размещение информации в уже действующих добровольческих группах;
- частные мероприятия для друзей организации;
- «сарафанное радио».

При организации поиска волонтеров важно держать в фокусе внимания следующие тезисы:

- вовлекая людей в добровольную работу, необходимо декларировать ее смысл, ценности, цели, особенности и возможности;
- максимальный результат за минимальное время поможет сохранить привлекательность деятельности для самого добровольца;
- работа волонтера ясно описана: есть инструкции и регламенты по ее выполнению, информация представлена в максимально понятной форме;
- взаимообогащение: прозрачные условия взаимовыгодны – что волонтер может дать организации, и что может получить взамен;
- мотивацию необходимо подкреплять;
- важно обратить внимание на то, что в результатах деятельности самого добровольца кто-то нуждается: «Никто кроме тебя!».

3 этап. Отбор волонтеров

Следующий этап включения волонтеров в процесс работы посвящен собеседованию, отбору и определению волонтера на функцию с последующим обучением.

Первичную информацию о потенциальных волонтерах можно получать через анкету (в том числе онлайн). Здесь можно запросить личные данные волонтера, опыт волонтерской деятельности, цель участия в данном событии/акции, узнать об осознаваемых компетенциях и т.д.

После анализа личных анкет назначается собеседование (очное, телефонное или онлайн), которое поможет определить, насколько волонтер готов к осуществлению поставленных задач, и насколько он подходит организации.

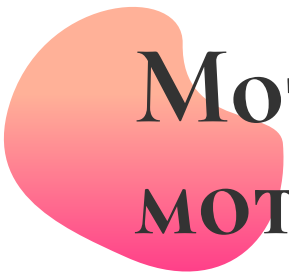
От этого этапа зависит, насколько эффективно волонтер будет справляться с задачами, а, значит, и успех всего волонтерского проекта в целом. Поэтому каждый человек, проявляющий желание участвовать в нем, должен проходить собеседование, ведь это лучший способ познакомиться организации с будущим волонтером, а ему с организацией.

Важно:

- продумать место проведения, оно должно быть комфортным, не шумным, отвечающим требованиям безопасности;
- подготовить список вопросов, которые помогут оценить компетенции и качества волонтера;
- иметь при себе ранее заполненную анкету кандидата, информацию о мероприятии (с указанием волонтерских функций, задач, дат и времени занятости) и о других волонтерских мероприятиях (для долгосрочного привлечения);
- подготовить собеседующего: это должен быть человек, осведомленный о нюансах работы и способный ответить на вопросы кандидата, обладающий компетенцией максимально точно оценить психологическую и профессиональную готовность волонтера к работе на конкретной функции, кроме того, он должен располагать к себе, вызывать симпатию в собеседнике, уверенно общаться и задавать вопросы, по существу. После беседы с таким человеком потенциальный волонтер обретает уверенность в мысли быть сопричастным делу волонтерства, и что ему найдут лучшее применение в проекте.

В рамках собеседования рекомендуется оценить степень понимания волонтером целей и задач проекта, оценить его осознанность, вовлеченность, исполнительность, стрессоустойчивость; определить уровень его мотивации к работе на данном проекте; найти подтверждение заявленного опыта волонтерской деятельности.

После анализа результатов собеседования производится подбор волонтеров, подходящих заявленным требованиям, с последующим приглашением прошедших отбор на обучение (чаты в мессенджерах, рассылка электронных писем, телефонное информирование).



Мотивы добровольческой деятельности (построение системы мотивации)

Особенность добровольческой деятельности проявляется в том, что она является отличной возможностью для человека совместить удовлетворение своих личных потребностей с потребностями общества.

Исследования мотивации российских добровольцев называют многочисленные мотивы, среди основных:

- стремление к созданию более справедливого и свободного общества;
- энтузиазм и доброта, стремление быть социально полезными другим людям;
- равнодушное отношение к происходящему вокруг: желание решить проблемы других людей и собственные проблемы;
- желание реализовать себя и свои инициативы;
- потребность в контактах с другими людьми и преодоление чувства одиночества, в том числе возможность приобрести новых друзей, интересно провести время, получить новое хобби;
- потребность быть членом группы, ценностям и целям которой доброволец может полностью соответствовать;
- мотивы, связанные с получением новых навыков или, например, с получением рекомендаций для приема на оплачиваемую работу;
- проба себя на пути к карьере и пополнение набора полезных контактов и связей с влиятельными людьми;
- приобретение дополнительных знаний, навыков и квалификации;
- поиск площадок для исследований, расширение профессионального опыта;
- получение необходимой информации, полезных связей.

Мотивы добровольческой деятельности (построение системы мотивации)

Волонтерская деятельность (как и другие виды деятельности) определяется не одним, а несколькими мотивами, при этом разные мотивы определяют и разное направление волонтерской деятельности: волонтер выбирает направление деятельности в зависимости от того, какие мотивы являются определяющими именно для него.

Существует несколько классификаций мотивов и способов мотивации.

«Мотив личностного роста» или «Мотив достижения»

Характеристика: желание самореализации, самосовершенствования, развития самосознания, стремление к успеху в выбираемой деятельности и достижении неких высоких результатов, в том числе с целью подкрепления установленных стандартов компетентности, потребность видеть результат своих трудов и участвовать в крупных и значимых событиях.

Поддержка мотивации:

- создание условий для осознания человеком собственного внутреннего потенциала, определения личной миссии;
- присутствие профессионального наставника/менеджера, способного дать большой объем необходимых знаний и бросить вызов в процессе выполнения работы;
- деятельность подразумевает личностное развитие: чем больше возможностей для такого развития, тем более заинтересованным будет волонтер в выполнении этой работы. Деятельность должна соответствовать ожиданиям «прокачки» компетенций и навыков на каждом уровне, а также четкости поставленных целей и наличию высоких требований к результату

Демотиватор: отсутствие развития и «движения вверх».

«Социальный мотив» или компенсаторный мотив

Характеристика: сопричастность к общественно полезному делу, решение собственных проблем, улучшение собственного самочувствия, преодоление чувства одиночества, стремление быть приятными и значимыми для окружающих людей, помогать людям и ожидать ответной помощи.

Поддержка мотивации:

- получение одобрения и принятия со стороны руководителя и группы, а также публичного признания своей деятельности от группы и руководителя, благодарность за выполненную работу;
- подтверждение своей ценности в глазах окружающих;
- построение дружного коллектива, команды, в которой человеку предстоит выполнять свои задачи, а также опора на отношения внутри команды, взаимоотношения, выстроенные как внутри группы, так и между группой и руководителем;
- организация совместного досуга;
- публичная просьба в выполнении каких-либо действий, а также активная помощь как команды, так и руководителя в случае возникновения у человека каких-либо трудностей в работе.

Демотиватор: отсутствие помощи и дружественных отношений в коллективе, по окончании работы отсутствие публичного признания заслуг и вклада в общую деятельность.

Мотив расширения социальных контактов и «процессный мотив»

Характеристика: потребность в контактах с другими людьми, возможность участвовать в самом процессе, выполнять активные действия, вносить в результате своей деятельности изменения в окружающий мир, быть их источником, желание просто общаться и интересно проводить время, не интересуется получением привилегий или поощрений.

Поддержка мотивации:

- предусмотреть работу, которая нравится именно этому волонтеру;
- учитывать, что чем интереснее для волонтера работа, тем больше результатов будет достигнуто в итоге: фокус внимания на действиях, которые волонтер выполняет в ходе работы;
- предоставление возможности проявления себя через совершение действий – дать человеку свободу в поиске пути выполнения поставленной перед ним задачи, например, усовершенствованными способами;
- больше свободы в выборе действий, что повысит вовлеченность в процесс и приведет к лучшим результатам.

Демотиватор: отсутствие вариативности действий, невозможность проявления творческого начала в работе, а также наличие строгих рамок, выход из которых во время работы невозможен.

«Мотив выгоды/вознаграждения»

Характеристика: фокус на получении бонусов за проделанную работу (грамота, сувенир, билеты в музей, абонемент и т.д.), а также стремление получения полезных связей и дополнительных знаний, умений и навыков, расширение опыта, общественное признание.

Поддержка мотивации:

- при перспективе что-либо получить, быстро включается в работу (в случае отсутствия вознаграждения также быстро выключится);
- детальное описание бонусов увеличивает эффективность. Получение еще больших бонусов побудит к продолжению деятельности и совершению «подвигов».

Демотиватор: несправедливость в распределении бонусов, когда кто-то получает больше бонусов незаслуженно/вся команда получает одинаковое количество бонусов, вне зависимости от объема выполненной работы; снижение количества бонусов при сравнении с прошлым опытом.

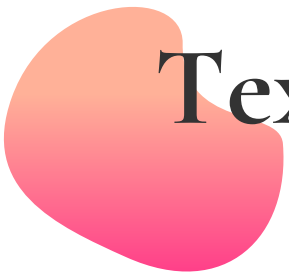
Идейный или идеалистический мотив

Характеристика: потенциальные добровольцы, ценят преданность, лояльность и верность, существующие в группе по отношению к каждому ее члену, равенство членов команды, стремятся способствовать изменениям в обществе, быть социально полезным, помогать нуждающимся, отвечать на добро добром, бороться с определенной проблемой, улучшать благополучие другого человека, а также моральный долг и сочувствие.

Поддержка мотивации:

- открытый и честный диалог – необходимо донести смысл выполнения волонтерской задачи, и тогда волонтер станет для организации настоящим партнером;
- цели организации должны «откликаться» волонтеру – это стимул для выполнения любой деятельности для достижения совместных целей;
- команда, в которой осуществляется деятельность, должна быть семьей, воодушевленной одной целью и идеей, совместными усилиями идущая к ее достижению;
- важно видеть вклад каждого члена команды в общее дело, нужно давать возможность волонтеру участвовать в принятии общих решений, значимых для команды.

Демотиватор: расхождение личных целей с целями группы, несовпадение принципов, а также невозможность участвовать в принятии общекомандных решений.



Технологии «удержания» волонтеров в проекте

Добровольческие программы приводятся в действие мотивацией волонтеров, в связи с этим проблемы «удержания» их в проекте могут быть сведены к проблемам мотивации. Для сохранения наработанного взаимодействия с волонтерами важно продолжать поддерживать связь и их интерес в участии в дальнейших проектах. Необходимо время от времени пересматривать позиции и проводить оценку потребностей, перераспределять задачи с учетом наработанного волонтером опыта, его мотивами, предлагать обучение, возможности для роста и новый волонтерский опыт.

По мнению экспертов, срок активного волонтерского участия в среднем составляет 1 – 1,5 года, далее может произойти «выгорание» – потеря интереса к деятельности из-за различных обстоятельств: физическая и моральная усталость, однообразие работы, рутина, стрессы, проблемы со здоровьем, отсутствие мотивации, признания и прочее. Причины могут быть как внутренними (переезд в другой город, работа или изменение семейного положения), так и внешними (однообразие волонтерской работы, невнимательность и пренебрежительность со стороны сотрудников и коллег, непризнание заслуг, отсутствие возможностей для профессионального развития и личностного роста, недостаточный уровень подготовки руководителей – бессистемность работы, отсутствие профессионального подхода).

Ниже перечислены инструменты, помогающие избежать «выгорания»:

- «сопровождать» волонтера – поддерживайте командный дух, включайтесь в управление, распределение смен, решение сложных ситуаций, давайте обратную связь, оценку и корректировку действий и задач волонтеров;
- включайте волонтера в дальнейшую работу организации, например, в рабочие группы по созданию новых проектов. У волонтера появляется возможность увидеть, как значима его работа, как она меняет ситуацию, что он не одинок в своем стремлении помочь людям;

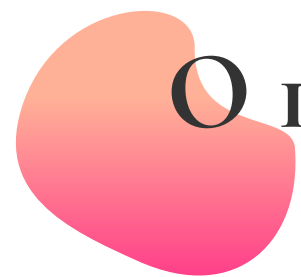
- создайте атмосферу и не теряйте связь с человеком – это может быть клуб волонтеров, вечер встреч, клубы по интересам, игры и мастер-классы, диалоги в социальных сетях, совместные прогулки, флешмобы, поощрительные встречи;
- проводите обучение – возможность получить новые навыки не только позволит сохранить интерес человека к проекту, но и повысит его уровень профессионализма;
- волонтеру также нужен отдых и смена обстановки: дайте ему возможность отдохнуть, отсрочьте дату следующей встречи, чтобы он мог перевести дух, успел соскучиться по вам и по работе.

Принципы работы с волонтерами в организации:

- Доверие. Если тебе доверяют, значит, уважают и ценят! Доверяйте волонтерам посильную работу, и, если она увенчается успехом, вы все будете очень довольны.
- Понимание значимости и сути работы. Волонтеры должны пройти обучение, принимать участие в составлении плана работ и видеть положительные результаты своей деятельности.
- Карьерный рост. Для этого практически во всех организациях распределены должности и создана иерархия. В зависимости от успехов человек приобретает тот или иной статус, что не только повышает его самооценку, но и развивает чувство ответственности.
- Новая деятельность. Молодым людям свойственно пробовать себя в различных видах деятельности, и чем больше вы предоставите таких возможностей, тем интереснее им будет работать. Пусть тот, кто не очень хорошо проводит занятия, попробует себя в разработке полиграфии, в анкетировании или в подготовке акций.

Технологии «удержания» волонтеров в проекте

- Перспектива. Например, возможность получения рабочего места в организации, поездка, обучение на семинаре, рекомендательное письмо для поступления в вуз или получения работы, получение премии.
- Поощрения и благодарность.



О повышении уровня осознанности волонтера

В современной психологии осознанность определяется как непрерывное отслеживание текущих переживаний, то есть состояние «здесь и сейчас».

Применительно к добровольческому движению, говоря об осознанности, подразумевается понимание человеком целей проводимого мероприятия, актуализация личной ответственности за свой конкретный результат в рамках мероприятия. Но как помочь волонтеру перейти от «я действую автоматически, не включаюсь в процесс, делаю ровно то, что мне говорят» к «я четко понимаю зачем, куда и как я иду»?

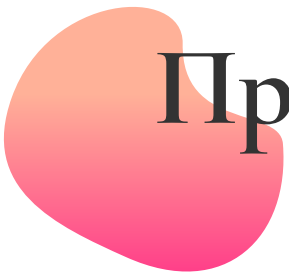
1) Это возможно сделать в рамках ориентирования – информационного блока, включенного в процесс обучения волонтера, в котором содержится информация об основополагающих принципах работы организации, деятельности и принятой практике, а также о значении и роли добровольческой работы в сфере обеспечения продовольственной безопасности.

Оценить успешность своих действий, а, значит, и степень успешности ориентирования можно по следующим показателям: насколько полно и хорошо волонтер понимает, что значит быть волонтером (своя роль, функции), и насколько волонтер хорошо знаком, принимает и применяет в своей работе цели и задачи организации.

2) При наличии ресурса в рамках проводимых собеседований можно использовать диалог с волонтером – доверительный и открытый, в котором будет возможность не только рассказать о миссии, целях и задачах конкретного мероприятия или проекта, но и оценить степень понимания человеком своей роли в достижении социально полезного результата.

3) Если же временный и человеческий ресурс отсутствует, а необходимо повысить степень осознанности большого количества волонтеров за короткий срок, то предлагается создание и использование социального видеоролика, в котором демонстрируется глобальная проблема (например, нерациональное потребление) и рассказывается история конкретных нуждающихся, акцентируется внимание на вкладе волонтера в решение этой проблемы.

4) Оказание поддержки в процессе деятельности и обратная связь помогают волонтеру укрепить чувство принадлежности к организации или проекту, дают возможность выслушать мнение волонтера о том, как можно повысить эффективность программы. Проведение обмена мнениями между организатором проекта и волонтером проводится с целью помочь волонтеру сформулировать самостоятельные выводы, оценить свою деятельность и поставить себе новые задачи на ближайший период. Одновременно выявляются проблемы, появление которых волонтер не всегда может осознать или сформулировать самостоятельно. Ценность такой беседы в том, что идентификация и поиск решения проблем происходит совместно.

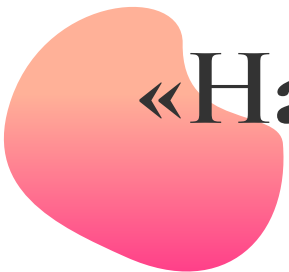


Приложение. Обучение добровольцев по трем уровням подготовки

Обучение затрагивает три основных аспекта: передачу информации и знаний, которые относятся к сфере ответственности добровольца, обучение навыкам, необходимым для выполнения этих задач, стимулированию размышления о личном отношении к добровольческой деятельности и осознания её ценностей.

Программа обучения составляется исходя из задач и функционала, которые будут выполнять волонтеры, предварительной оценки возможности возникновения трудностей, сроков работы, специальных компетенций и уровня подготовки самого волонтера.

Предлагается классификация добровольцев в организации с учетом их уровня подготовки.



«Начальный уровень»

Кто такой «волонтёр-новичок»:

- волонтёры, впервые участвующие в мероприятиях Фонда;
- волонтёры, впервые принимающие участие в благотворительных акциях и проектах;
- равнодушные граждане, не имеющие опыта работы в волонтерской деятельности, но стремящиеся принять участие в мероприятиях Фонда.

В качестве особенностей, присущих добровольцам на данной ступени, можно выделить:

- инициативность, желание помочь;
- зафиксированный фокус внимания на конкретной задаче, действие по инструкциям, которые для волонтера пошагово расписал координатор;
- отсутствие понимания альтернативных способов действий в нестандартных ситуациях;
- страх неизвестного;
- необходимость в одобрении правильности действий со стороны координатора, в поддержке со стороны команды и благодарности со стороны благополучателя.

Рекомендации организаторам по эффективному взаимодействию:

- быть открытым в коммуникации с волонтерами;
- помогать новичкам в знакомстве с группой и нахождении своего места;
- обеспечить ощущение сохранности, безопасности волонтера во время его работы;
- интегрировать новичка в добровольческое сообщество (добавить его в чаты, если таковые существуют, подключить ко всем системам, приглашать на общие встречи и т.д.);

- помогать волонтерам осознать и деятельно проявлять свою ответственность за группу, а группе осознать и деятельно проявлять свою ответственность за каждого волонтера;
- осознать особенности участников, их мотивации и желания;
- периодически проводить командообразующую работу.

Развиваем компетенции: эффективная коммуникация и работа в команде.

Командообразование — важнейший процесс групповой организации, формирующий общие групповые цели и установки, поддерживающий в группе доверительные отношения, выстраивающий оптимальные схемы группового взаимодействия.

Все игры на командообразование строятся таким образом, что справиться с задачей можно лишь при участии всех членов команды. Благодаря этому волонтеры могут эффективно взаимодействовать друг с другом, при этом в процессе игры позиции участников могут меняться.

Принципы командной работы:

- совместное решение общих задач, когда каждый вкладывает свои таланты и умения, оказывается более эффективным, чем простое подчинение лидеру;
- рост креативности решений, поскольку на проблему существует столько взглядов, сколько членов команды с ней знакомо;
- уменьшение рисков возникновения критических ошибок, потому что каждый в команде ощущает ответственность за конечный результат, а не только за свой узкий участок работы;
- рациональное распределение сил, поскольку в команде развита взаимопомощь;

- отсутствие необходимости тратить дополнительные средства и усилия, чтобы «подтянуть» отстающих — эти вопросы решаются в команде как будто сами по себе.

Цель обучения: познакомить участников, повысить уровень осознания участниками сходства друг с другом, погрузить участников в тематику деятельности Фонда, отработать навыки убеждения и аргументирования своей позиции, развить умение находить подход к людям, обучить эффективным способам общения подчеркнуть важность интонаций в процессе коммуникации.

Если члены группы встречаются впервые, то проведение упражнений на командообразование необходимо предварить упражнением на знакомство. Вот пример одного из таких упражнений:

«Что я знаю о тебе...»

1 часть, 10 минут. Участники разбиваются на пары, чтобы рассказать друг другу о себе как можно подробнее — ведь им предстоит представлять своего партнёра группе. Например:

- что я жду от работы в рамках акции «Корзина доброты»;
- что я ценю в самом себе;
- что я умею делать лучше всего;
- что меня объединяет с моим партнером.

2 часть. Один из членов пары сидит на стуле, второй стоит за его спиной, положив руки ему на плечи. Стоящий говорит от лица сидящего в течение одной минуты, называя себя именем партнера. После этого любой член группы может задать вопросы, на которые отвечать будет тоже стоящий.

Например: какие качества ты наиболее ценишь в людях? Есть ли человек, который оказал сильное влияние на твою жизнь?

3 часть. Упражнение заканчивается обсуждением чувств и мыслей участников. При этом важно уделить внимание трём аспектам: способности учитывать время при презентации, способности верно и сжато передать полученную информацию и способности «вчувствоваться» в другого человека настолько, чтобы домыслить недостающую информацию.

Проводится оценка успешности презентации своего партнёра. Что человек чувствовал, когда его партнёр говорил от его имени? Удалось ли ему верно изложить сведения? Получилось ли ему стать двойником? Правильно ли он угадал ответы, которые давал от имени партнёра?

Пример упражнения на командообразование:

«Вавилонская башня», время выполнения 15 минут.

Индивидуальные задания кратко прописаны на отдельных листах, каждый лист является строго конфиденциальным для одного участника. Например, «Башня должна иметь 10 этажей» — листок с такой надписью вручается одному участнику тренинга, он не имеет права никому его показывать, обязан сделать так, чтобы нарисованная совместно башня имела именно 10 этажей. Задание для второго участника: «Вся башня имеет коричневый контур». «Над башней развивается синий флаг», «В башне всего 6 окон» и т.д. Участникам запрещено разговаривать и вообще как-нибудь использовать голос. Необходимо совместно нарисовать Вавилонскую башню. Для азарта подключается секундомер.

Материалы: цветные маркеры, флипчарт, заготовленные заранее индивидуальные задания.

После окончания времени тренер обязательно проводит рефлексию: что получилось, что не получилось, что было самым сложным, почему и т. д.

Пример поведения тренинга, направленного на развитие коммуникативных навыков «Эффективные коммуникации», время выполнения 60 минут.
Тренинг проводится в малых группах по 15 человек.

Тренер оглашает инструкцию: «Я прошу участников выстроиться в одну линию, по субъективной оценке собственной уверенности в себе от минимума к максимуму». Участники выстраиваются по желательному уровню уверенности в себе. Ведущий задает вопросы и просит каждый раз участников найти своё место в соответствии с уровнем уверенности в разных ситуациях.

Примерный перечень ситуаций:

- выступление перед большой аудиторией;
- первый раз в новом коллективе;
- в рамках сбора продуктов для малоимущего магазина покупатель отказывается сделать пожертвование;
- общение с паникующими людьми;
- общение с представителями другой культуры;
- разговор с профессионалами сферы, в которой ты не эксперт;
- работа в условиях неопределённости и изменчивых обстоятельствах;
- общение с друзьями;
- знакомство с представителем противоположного пола;
- первое свидание;
- общение с незнакомыми людьми на улице, в магазине;
- никто не смеётся над твоей шуткой.

Работа по командам, время проведения 15 минут.

Для презентации выбирают темы, в которых каждый уверен, записывают их на листочек. После чего тренер просит поменяться темой с соседом. Именно эту тему участникам предстоит презентовать в течение 30 секунд своей команде. При этом команде даётся задание фиксировать все признаки уверенной презентации, уверенного поведения спикера.

Задание: смотреть и фиксировать признаки УВЕРЕННОГО поведения.

Далее тренеры-фасилитаторы вместе с командой фиксируют на флипчарты общие выводы по презентации: вербальные и невербальные показатели уверенности из 10 пунктов от каждой команды. Тренер делает вывод о коммуникативных особенностях и важности их в оргпроцессах.

Теоретический блок, 15 минут.

Тренер объясняет, что основная задача эффективной коммуникации — это полноценный двухсторонний обмен информацией с собеседником и уважительное отношение к желаниям и потребностям собеседника. При общении с собеседником, можно передавать информацию тремя вариантами:

1. ЧТО мы говорим.
2. КАК мы говорим (интонация, манера говорить).
3. Как мы себя при этом ВЕДЁМ (позы, жесты, мимика).

Именно на основе этих факторов человек получает конечное представление о том, какую информацию хочет донести собеседник.

Вопрос участникам: «Как вы считаете, если взять весь объём получаемой информации за 100%, сколько процентов относится к каждому из каналов общения?». Участники высказывают свое мнение. Тренер поясняет: «Удивительно, но проценты распределяются таким образом: 50% — это позы, жесты, мимика (невербальные характеристики), 35% — это КАК мы говорим, и лишь 15% — то, что мы говорим. И действительно, одну и ту же фразу можно сказать с разной интонацией, с разными жестами и она будет иметь совершенно разный смысл». Приводит пример.

Развиваем компетенции. Управление временем или Тайм-менеджмент
Обучение проводится с целью ознакомления с факторами успеха управления временем, целями управления временем, структурой целеполагания и процессом передачи информации.

Пример проведения тренинга.

Время выполнения 60 минут.

Навыки эффективного планирования. Теоретическая часть, 30 минут:

- целеполагание, зачем оно нужно?
- как правильно поставить цели? Smart-критерии;
- создание привлекательного образа результата;
- миссия — цель — задача — исполнение;
- матрица Эйзенхауэра, ранговая расстановка приоритетов;
- принцип Парето;
- препятствия на пути к организации собственного времени, поглотители времени;
- полезные и вредоносные убеждения про время, влияние личных представлений о времени на эффективность работы.

Матрица Эйзенхауэра

Смысл матрицы Эйзенхауэра заключается, главным образом, в том, чтобы научиться грамотно распределять все свои дела, отличать важное от срочного, не срочное от наименее важного, а также по максимуму сокращать время на занятие любимыми делами, выполнение которых не даёт никаких существенных результатов. Как всё это работает на практике?

Матрица Эйзенхауэра представляет собой четыре квадранта, основанием которых служат две оси — это ось важности (по вертикали) и ось срочности (по горизонтали). В итоге получается, что каждый квадрант отличается своими качественными показателями. В каждый из квадрантов записываются все задачи и дела, благодаря чему образуется предельно ясная и объективная картина того, чем следует заняться в первую очередь, чем — во вторую, а чем вообще заниматься не стоит.

При идеальном планировании квадрант А матрицы должен оставаться пустым, так как появление важных и срочных дел является показателем неорганизованности и допущения завала. Эта часть графика заполняется у многих людей из-за присущей им лени и неправильной расстановки приоритетов. Естественно, временами подобные дела могут появляться у каждого человека, но если это происходит ежедневно, то самое время обратить внимание на самодисциплину.

Итак, появления дел в квадранте А следует избегать. Для этого необходимо лишь вовремя выполнять пункты остальных квадрантов. Важно также помнить о том, что существует такое понятие как «делегирование». Это означает, что при появлении в вашем квадранте А дел, которые можно кому-либо перепоручить, этой возможностью следует непременно воспользоваться, чтобы как можно быстрее урегулировать другие важные и срочные дела.

Квадрант В: важные, но не срочные дела. Второй квадрант заслуживает наибольшего внимания, так как дела, находящиеся именно в нём, являются наиболее приоритетными и перспективными, именно из них должны состоять повседневные задачи любого человека. Замечено, что люди, которые занимаются преимущественно делами этого квадранта, достигают в жизни наибольших успехов, продвигаются по службе, зарабатывают больше денег, имеют достаточно свободного времени и живут счастливой и насыщенной жизнью.

Обратите внимание также на то, что отсутствие срочности позволяет подходить к решению любых задач более обдуманно и конструктивно, а это в свою очередь позволяет человеку раскрывать свой потенциал в полной мере, самостоятельно продумывать все нюансы своей деятельности и управлять временными рамками своих дел. Но здесь, помимо всего прочего, нужно помнить, что дела, находящиеся в квадранте В, если их не выполнять своевременно, могут с лёгкостью попасть в квадрант А, став ещё более важными и требующими скорейшего выполнения.

Квадрант С: срочные, но не важные дела. Дела, которые находятся в этом квадранте, по большей части являются отвлекающими и нисколько не приближающими человека к намеченным результатам. Нередко они просто мешают сосредоточению на действительно важных задачах и снижают эффективность. Главное при работе с матрицей — не перепутать срочные дела из квадранта С со срочными делами из квадранта А. Иначе образуется неразбериха и то, что должно быть выполнено в первую очередь, остаётся на втором плане. Всегда помните о своих целях и учитесь отличать важное от второстепенного.

К делам квадранта С можно отнести, к примеру, навязанные кем-либо со стороны встречи или переговоры, празднования дней рождения не очень близких людей, внезапно возникшие хлопоты по дому, устранение не жизненно важных, но требующих внимания отвлекающих факторов (разбилась ваза, сломалась микроволновая печь, перегорела лампочка и т.п.), а также другие всевозможные дела, которые не продвигают вас вперед, а только тормозят.

Квадрант D: не срочные и не важные дела. Задачи, относящиеся к последнему квадранту, не приносят совсем никакой пользы. Во многих случаях полезно не только заниматься ими в последнюю очередь, но и не заниматься ими вообще. Хотя знать о них непременно нужно, так как именно они являются «пожирателями времени». Интересна и ещё одна особенность дел из данной группы: они являются очень привлекательными для многих людей — эти дела просты в выполнении и доставляют удовольствие, позволяют расслабиться и приятно провести время. Поэтому и противостоять соблазну ими позаниматься бывает довольно проблематично. Но делать это непременно нужно.

Принцип Парето

Один из наиболее существенных законов, способных повысить вашу эффективность. Согласно ему 80% результата достигается за счет 20% всех затраченных усилий, а остальные 80% дают лишь 20% всего результата. Как действие данного принципа обеспечит более высокие результаты в вашей деятельности?

Принцип подразумевает распределение времени с упором на наиболее важные и срочные, которые принесут желаемый результат. Наверное, всем известно, что порой сложно заставить себя сделать важное дело, особенно если оно не вызывает у нас сильного желания, мы стараемся его отложить на потом, но, как правило, именно эти дела и приносят результат. В экономике это правило объясняет многие феномены экономической жизни (в частности, почему бедные никогда не знают, где взять деньги, а богатые знают, как распорядиться уже имеющимися деньгами, вложив их грамотно, например, в разного вида ценные бумаги). В логистике и торговле принцип позволяет находить оптимальные маршруты и периодичности поставок. В управлении принцип применяется для оптимизации труда с получением наибольшей отдачи от него.

Рассмотрим, к примеру, предстоящую работу, которую предстоит совершить за сегодня (или завтра).

Для начала мысленно представим, из каких этапов будет состоять эта работа, а далее выявим наиболее эффективные из них — то есть те действия, которые приведут быстрее всех к результату. Если предстоит составить договор, то наиболее важным действием, направленными на его выполнение, окажется непосредственное написание текста, а сбор информации, мониторинг пособий или справочников — уже вторично.

Принцип Парето (или, как его часто называют, принцип 20 на 80) применим к любым ситуациям и любым сферам жизни, соблюдая практически равные пропорции, в частности:

- 80% производства обеспечивается 20% предприятия;
- 80% энергоресурсов потребляется 20% населения;
- 80% положительных эмоций от общения нам приносят 20% людей;
- 80% прочитанных книг дало лишь 20% знаний, поэтому не стоит много времени уделять чтению, гораздо важнее использовать то, что прочитал на практике;
- 80% воспоминаний связано с 20% событий в жизни;
- 80% одежды мы носим лишь в 20% случаев;
- 80% семейного бюджета тратится на 20% вещей.

Практические упражнения по отработке полученных технологий на примере акции «Корзина доброты», 15 минут.

Суть упражнения в том, чтобы рассказать об одном событии из своей жизни задом наперёд. Например, об участии в акции «Корзина доброты» или в любом другом волонтерском проекте.

Все практическое упражнение нацелено на то, чтобы человек лучше ощущал время, понимал, что оно не может остановиться, оно идёт, и его нужно использовать достойно.

«Начальный уровень»

Человек, который знает цену времени, никогда не будет бесцельно сидеть за телевизором или просиживать часы, читая ленту в соцсетях. Тренировки, которые нацелены на расстановку приоритетов и формулировку целей, помогают выявить истинные человеческие желания. Потом их можно трансформировать в жизненные цели и достигать их.



«АКТИВИСТ»

Кто такой «Активист»:

- волонтер, участвующий в мероприятиях Фонда более 6 месяцев на регулярной основе;
- волонтер, принимающий участие в благотворительной деятельности иных организаций более 6 месяцев на регулярной основе;
- человек, не идентифицирующий себя с какой-либо конкретной организацией, но регулярно принимающий участие в различных мероприятиях с общественно полезной целью.

В качестве особенностей, присущих добровольцам на данной ступени, можно выделить:

- высокий уровень социальной ответственности — воспитание и гражданская позиция не позволяют остаться в стороне;
- готовность осваивать новые навыки и наращивать компетенции;
- эффективная работа в команде в процессе осуществления волонтерской деятельности;
- ответственность за более сложные работы;
- выступление с инициативами по повышению эффективности процессов в рамках волонтерской деятельности;
- участие на регулярной основе в благотворительных мероприятиях с социально значимой целью.

Рекомендации организаторам по эффективному взаимодействию:

- расширение общественной поддержки инициатив человека — поддержка предложений по новым методам и путям решения проблемы;
- предоставление новой информации, возможность закрепить старые и освоить новые навыки;
- поручение более сложных задач в рамках организации благотворительной деятельности;
- минимальный уровень бюрократизации в процессе коммуникации;
- акцент на обучение и повышение квалификации в процессе работы;

- работа в паре с руководителем или другим более опытным волонтером повышает эффективность;
- участие в организационных собраниях с целью обмена опытом, планирования, оценки результатов и качества работы.

Развиваем компетенции: эффективная коммуникация и лидерство в команде

Программа обучения направлена на улучшение навыков работы в команде, повышение уровня лидерских и коммуникативных качеств, пробуждение активности и инициативы со стороны участников.

Пример тренинга «Эффективная коммуникация и роли в команде»

Количество участников: от 20 до 150 человек.

Часть 1.

Время проведения, 50 минут.

Тренер проводит среди общего количества участников социометрию группы «Город мастеров», задача которой актуализировать предыдущий опыт, выйти на тему организации мероприятий, а также дать участникам точки и темы начала формальной коммуникации, выявить, кто какими навыками обладает и чему хотел бы научиться.

Тренер говорит: «Я предлагаю вам, участникам, на некоторое время побывать в почти обычных городах. Почему почти? Да потому что в этих городах живут совсем вроде обычные люди, также имеют разные интересы и влечения, заводят собак, гуляют. А где же это почти? Дело в том, что люди, проживающие в этих городах, обладают и виртуозно владеют разными умениями». Тренер приводит примеры:

- город «Креативных идей»;
- город «Поиска и привлечения денежных ресурсов»;
- город «Нужных знакомств»;
- город «Организации и планирования событий»;
- город «Идеальных реализаторов»;
- город «Инфо-поддержки».

Тренер рассказывает об особенностях каждого города исходя из названия (таблички с названиями городов разложены/развешены в пространстве так, чтобы волонтеры стояли свободно друг от друга, но слышали высказывания представителей «соседних городов»). Далее тренер просит участников разойтись по городам по принципу, кто в каком городе мастер. Проводится краткое обсуждение: что вы умеете в этом городе, как у вас это получается, что вам помогает делать именно так.

Следующим шагом тренер предлагает отправиться участникам в так называемую командировку, то есть переместиться в тот город, где бы хотелось чему-то научиться. Проводится обсуждение: почему вы отправились в этот город, что в нём вас так привлекает, чему бы здесь хотели научиться, почему для вас это важно, как будете использовать то, чему могли бы научиться в этом городе.

Часть 2.

Время проведения 30 минут.

Тренер предлагает нарисовать город команды и поселить себя в нём. В городе может быть инфраструктура: кафе, магазины и т.д. В черте города может быть лес, река, озеро, парк. Не ограничивайте себя в творчестве. На выполнение задания отводится 20 минут. После того, как участники закончат рисовать, рисунок «города группы» кладется в центр круга, проводится обсуждение:

- почему выбрано данное место для «строительства» своего дома;
- ты поместил себя в центр листа или на краю, почему;
- с кем рядом ты построил свой дом;
- участники «поселили» свои персонажи в свои дома или в построенные кем-то другим, почему;
- какую лепту ты внёс в общий рисунок;
- какую роль ты выполнял в процессе работы, какую роль выполняли другие, выявился ли лидер в процессе работы;
- комфортно ли тебе было работать с одноклассниками.

Пример тренинга, развивающего коммуникативные и лидерские компетенции

Группам раздают листы с высказываниями на тему лидерства и организации. Участники должны командно выбрать наиболее понравившуюся цитату и придумать в её защиту три аргумента. Записать, обосновать и защитить перед всеми свой выбор.

Примеры высказываний:

- «Предвидеть — значит управлять», — Блез Паскаль;
- «Иной бесполезен в первом ряду, но во втором блистает», — Вольтер;
- «Чтобы вести людей за собой, иди за ними», — Лао-Цзы;
- «Разделяй и властвуй», — мудрое правило, но «объединяй и направляй» — еще лучше», — Иоганн Вольфганг Гёте;
- «При согласии незначительные дела вырастают, при несогласии величайшие гибнут», — Гай Саллюстий Крисп;
- «Более разумен сельскохозяйственный подход: создайте хороший климат, обеспечьте соответствующую подкормку и предоставьте людям расти самим по себе. Вот тогда они вас удивят», — Макгрегор;
- «Нет неразрешимых проблем, есть неприятные решения», — Эрик Борн.



Кто такой «Лидер»:

- формальный координатор волонтерской группы (на регулярной основе);
- неформальный координатор деятельности волонтеров (без официального статуса);
- волонтер с многолетним стажем участия в деятельности Фонда, способный при наличии необходимости взять на себя ответственность за блок работ и сплотить вокруг себя команду для его реализации;
- волонтер, проявивший определенные качества в определенной ситуации, при решении определенных задач (ситуативный лидер).

В качестве особенностей, присущих добровольцам на данной ступени можно выделить:

- высокий уровень коммуникативных способностей;
- креативность;
- развитые управленческие способности: может сформировать команду, определять объем работы и сроки, составлять задачи и распределять задания между участниками команды;
- развитое стратегическое мышление — адекватная оценка сроков, рисков, возможных проблем и наличие запасных вариантов на случай их возникновения;
- отсутствие боязни принимать решения и нести личную ответственность за эти самые решения;
- успешное разрешение возникающих конфликтов и всякого рода противоречий;
- понимание мотивов тех или иных поступков и действий людей.

Рекомендации организаторам по эффективному взаимодействию:

- обеспечение возможности принимать непосредственное участие в процессе формирования команды проекта и внутрикомандных совещаниях;
- обучение и развитие: участие в семинарах и тренингах продвинутого уровня, конференциях;

- доверие проведения обучения для других волонтеров;
- поддержка позитивной и конструктивной атмосферы в команде;
- поддержка полезных инициатив, назначение ответственным за их реализацию;
- осуществление доверительной коммуникации, акцентирование значимости вклада человека в общее дело;
- обеспечение личностного роста посредством развития компетенций.

Развиваем компетенции: эффективная коммуникация

Пример тренинга, обучающего построению эффективной коммуникации

Тренинг проводится с целью ознакомления участников с принципами эффективной коммуникации, способами и структурой установления контактов, повышения навыка гибкости и пластичности речи.

Часть 1. Принципы успешной коммуникации:

- общение должно быть двухсторонним. Когда все участники заинтересованы в положительном исходе разговора, и он для них равнозначен, возникает необходимый эффект;
- речь должна соответствовать изначальной цели разговора, быть адекватной. Не стоит говорить слишком много или затрагивать в беседе вопросы, никак не касающиеся обсуждаемой темы. Сообщение должно быть чётким, структурированным и кратким;
- реципиент должен доверять оратору, уважать его мнение и не ставить под сомнение его компетентность;
- эффективная коммуникация всегда эмоциональна в той степени, которая приемлема в данной ситуации;
- терпение и снисходительность к чужим недостаткам. Принятие людей такими, какие они есть, без попыток что-либо подкорректировать и исправить;
- используемые слова должны быть логичны и лексически точны, это очень важно для достижения цели общения. Достигается путём постоянного самообразования, чтения различной литературы и внимательного отношения к родному языку;

- само повествование должно быть логичным и грамотным. Четкая структура изложения создает благоприятные условия для слушателей и повышает шансы на позитивный исход.

Упражнение на общение «Другими словами» проводится в рамках тренинга с целью тренировки речевой беглости и гибкости, умения подбирать синонимы, адекватно передавать одну и ту же мысль разными словами. Время: 20–25 минут.

Участники объединяются в команды по 4 человека. Тренер задаёт первому участнику команды несложную фразу из 5-6 слов.

Задача волонтера: передать её следующему участнику таким образом, чтобы сохранить смысл высказывания, но при этом не использовать ни одно из тех слов, которые были в оригинальной фразе (за исключением частиц и предлогов). Следующий участник передаёт фразу дальше, опять же используя другие слова и т.д., пока фраза не будет произнесена в различных вариантах всеми игроками.

Тренер следит, чтобы игроки не повторяли слова, а смысл высказывания передавался верно. Если команд несколько, между ними можно провести соревнование, кто быстрее передаст высказывания (фразы всем даются разные, но сходные по сложности и количеству слов).

Далее проводится обсуждение:

- кому насколько сложно было выполнять это задание;
- с чем конкретно связаны затруднения: недостатком подходящих слов, сложностью быстро вспомнить их, необходимостью помнить все уже употребленные другими участниками слова, еще с чем-то;
- в каких реальных ситуациях общения важно уметь высказывать одну и ту же мысль с помощью разных фраз.

Развиваем компетенции: принципы построения и работы проектной команды

Пример занятия, направленного на повышение эффективности построение проектной команды
Часть 1. Теория. 25 минут.

Команда — это сплоченная мини-организация с ясной, предметной и достижимой целью в обозримый период времени. Структура команды, роли участников, зоны ответственности — все подчинено максимально эффективному достижению результата. Личность участника вторична в отношении команды и того дела, что команда делает. Поэтому участие в командной работе требует больших, чем в группе, сил, времени, личной включённости.

Командная работа в волонтерстве возможна и эффективна, но она требует максимально ясной и максимально эмоционально вовлекающей цели, способной мотивировать людей без дополнительных объяснений. Примером такой цели может служить ЧС.

Задачи по управлению группой/командой:

- снять с волонтеров ненужную ответственность, сложные задачи представить в виде простых и понятных дел;
- дать необходимые знания и опыт для достижения результата (и не давать ничего лишнего);
- включить волонтеров в группу/команду, где ответственность распределена, есть единомышленники и поддержка;
- организовать труд волонтеров, обеспечить ресурсами;
- помочь волонтерам достигнуть и увидеть результат (в том числе в контексте поставленной цели и миссии организации);
- предоставить волонтерам помощь и поддержку;
- предложить совместный досуг и неформальное общение;

- в случае долгосрочности дать уверенность волонтерам, что дело будет продолжено, даже если конкретный волонтер не будет участвовать — снять неоправданное чувство вины.

К основным принципам формирования команды можно отнести:

1.Оптимальное количество участников/членов команды и точное позиционирование (свое определенное место и своя определенная роль в команде).

2.Формирование и развитие навыков командной работы (team skills):

- принятие личной ответственности каждым членом команды за результат командной работы;
- ситуационное лидерство (лидерство под поставленную задачу) и гибкое изменение стиля собственного поведения в соответствии с особенностями задачи;
- конструктивное взаимодействие членов команды и самоуправление;
- принятие единого командного решения и его согласование с членами команды.

3.Формирование командного духа:

- усиление чувства сплочённости, формирование устойчивого «мы»;
- развитие доверия между членами команды, понимание и принятие индивидуальных личностных особенностей друг друга, создание мотивации на совместную деятельность;
- создание слаженности и опыта высокоэффективных совместных действий.

4.Формирование команды:

- распределение и понимание ролей в команде для оптимального достижения результатов;
- создание доброжелательной рабочей обстановки при формировании команды;
- налаживание горизонтальных связей внутри команды, компании.

В качестве дополнительной информации рекомендуется к изучению теория командных ролей Рэймонда Белбина, которая построена на том, что любая, даже самая маленькая организация, должна использовать преимущества командной работы, где каждый играет только свою роль.

Часть 2. 90 минут.

Участникам предлагается сесть поудобнее, сосредоточиться и представить себе, как бы они продолжили предложение «Когда я думаю о лидере, то я представляю себе...».

Вопросы тренера группе:

- кого рисует память;
- чья личность приходит на ум;
- давайте обменяемся результатами: расскажем товарищам о лидерах, образы которых мы представили себе. Каковы наиболее яркие черты этих личностей;
- кто такой лидер? Считаете ли вы правильным следующее определение: «Лидер — тот, кто стоит во главе группы, кто определяет основные направления ее деятельности и влияет на поведение ее членов»? Что бы вы могли добавить/изменить в предложенной формулировке;
- различают лидеров формальных и неформальных. Кто он, ваш лидер;
- лидеры могут быть двух типов: ориентированный на задачу и ориентированный на человеческие отношения. К какому из двух типов (или к смешанному) относится личность, загаданная вами;
- каков стиль лидерства у личностей, о которых вы рассказали? Демократический, авторитарный, попустительский;

Затем тренер делит команду на три группы, в каждой просит выбрать одного представителя на роль руководителя группы. После того как выборы завершены, определяет для избранных лидеров роли:

1. демократический;
2. попустительский;
3. решение третьей подгруппы не утверждаем, тренер сам назначает подгруппе лидера-автократа, склонного к авторитарному, диктаторскому стилю руководства.

Задание: связать как можно более длинную цепочку из шнурков от обуви участников подгруппы. На эту работу группам дается пять минут.

Вопрос тренера для рефлексии: прежде всего, проверяем, какая группа лучше других справилась с задачей, какая — на втором, а какая — на третьем месте?

Вопросы для обсуждения:

- как группа реагировала на демократического/ попустительствующего/ авторитарного лидера;
- как и в чем проявлялась роль лидера подгруппы;
- какой тип и стиль лидерства предпочтительнее, на ваш взгляд.

Памятка волонтера в день дежурства магазина





ПАМЯТКА В ОБЩЕНИИ

- ✓ Улыбайся! Тебе идет!
- ✓ Стой и говори уверенно
- ✓ Смотри в глаза собеседнику
- ✓ Сохраняй дистанцию (примерно 1 метр) - не нарушай зону психологического комфорта человека
- ✓ Ты не один: В случае возникновения проблем – звони координатору!
- ✓ Не стесняйся отказывать в приеме скоропортящихся продуктов – они могут навредить!



