

ОБЩЕНИЕ РАДИ ПЕРЕМЕН

**Нэнси Флауэрс
Рахи Гойял**



**Women's Learning Partnership
for Rights, Development, and Peace**

Women's Learning Partnership
4343 Montgomery Avenue, Suite 201
Bethesda, MD 20814, USA
Tel: 1-301-654-2774
Fax: 1-301-654-2775
Email: wlp@learningpartnership.org
Web: www.learningpartnership.org

© 2010 Women's Learning Partnership

Содержание

Введение	1
Рекомендации по использованию пособия и видеофильма	3
Общение в обучающих сообществах: Концептуальные основы	5
Эффективно ли наше общение?	7
Упражнения по навыкам общения	
<i>Упражнение 1: Эффективное общение</i>	9
<i>Упражнение 2: Убедительность</i>	11
<i>Упражнение 3: Убедительные аргументы</i>	12
<i>Упражнение 4: Адаптация посланий к конкретной аудитории</i>	19
<i>Упражнение 5: План общения</i>	21
Как четко изложить послание?	23
Упражнения по взаимодействию со СМИ	
<i>Упражнение 6: Отношения со СМИ</i>	25
<i>Упражнение 7: Эффективные послания для СМИ</i>	31
Оценка пособия и видеофильма	
<i>Упражнение 8: Оценочное упражнение</i>	33

Введение

В 2001 г. организация Women's Learning Partnership for Rights, Development, and Peace (WLP) и ее партнеры— Association Démocratique des Femmes du Maroc из Марокко, BAOBAB for Women's Human Rights из Нигерии и Women's Affairs Technical Committee из Палестины опубликовали учебник *«Выберем лидерство: Пособие по проведению тренингов для женщин-лидеров.»*¹ Данное руководство содействует развитию прогрессивных и принципиальных навыков лидерства как у женщин, так и у мужчин, раскрывает теоретические основы участвующего лидерства с целью содействия развитию демократических и эгалитарных обществ.

Во время апробации и оценки учебника *«Выберем лидерство: Пособие по проведению тренингов для женщин-лидеров»* WLP и ее партнеры осознали необходимость разработки материалов для дополнительных тренингов в трех областях: ведение семинара, общение и правозащитные кампании. Даже опытные тренеры понимали, что им будет полезно работать с упражнениями, построенными на теоретической базе участвующего лидерства и развивающими навыки ведения семинара, общения и защиты прав. Поэтому WLP создала серию из трех пособий и видеофильмов *«Интерактивное ведение семинаров»*, *«Общение ради перемен»*, и *«Подготовка правозащитных кампаний»*.

- Пособие *«Интерактивное ведение семинаров»* помогает тренерам проводить семинары, используя стратегии вовлечения и участия. Участницы семинаров приобретают навыки развития участвующего лидерства, распределения ответственности среди

¹ *Выберем лидерство: Пособие по проведению тренингов для женщин-лидеров*. 2001. Bethesda, Maryland: Women's Learning Partnership.

активистов, стимулирования дискуссии и совместной работы и нахождения компромиссов в случае споров.

- Пособие *«Общение ради перемен»* содержит материал для развития личных и организационных навыков коммуникации. Оно предназначено для обучения построению лаконичных и убедительных аргументов для различных аудиторий, способам стратегического общения для распространения обращений через СМИ с учетом местной специфики. Оно также рассказывает о том, как донести обращение в массы через интервью в СМИ.
- Пособие *«Подготовка правозащитных кампаний»* построено на упражнениях по развитию принципиального и участвующего общения предлагаемых в предыдущих пособиях. Успешные правозащитные кампании дискриминируемым и ущемленным в правах людям дают возможность влиять на политику, определяющую их жизнь. В пособии содержатся упражнения по развитию навыков, предлагаются варианты кампаний и анализ их компонентов.
- Три пособия и видеофильм могут использоваться вместе, независимо друг от друга, а также одновременно с изучением *«Выберем лидерство: Пособия по проведению тренингов для женщин-лидеров»*, а также в рамках программ обучения лидерству или тренингов в гендерной сфере или по правам человека. Упражнения в данных пособиях являются модельными и могут быть изменены и оптимизированы в соответствии с нуждами обучения.

Рекомендации по использованию пособия и видеофильма

Пособие начинается с краткого изложения концептуальных основ общения, которое вдохновляет, информирует, убеждает, вовлекает и мотивирует к участию. Навыки эффективной коммуникации важны как при проведении кампаний, так и в повседневном общении.

Первый раздел пособия – «Эффективно ли мы общаемся?»— предназначен для обучения навыкам убеждения, построения убедительной аргументации, а также стратегий донесения обращений до конкретных аудиторий. Упражнения данного раздела предназначены для анализа и изучения способов совершенствования взаимодействия с другими людьми.

Следующий раздел – «Как четко изложить послание?»— касается преимуществ использования разноформатных СМИ: печатных изданий, радио, телевидения и интернета для донесения информации различным аудиториям. Упражнения развивают практические навыки разработки и донесения до адресата эффективных заявлений через СМИ.

Учебник завершается оценочными упражнениями, помогающими участникам еще раз осмыслить и критически пересмотреть усвоенное.

Мы рекомендуем следующую последовательность:

- До встречи с остальными участниками внимательно изучите пособие, посмотрите видеофильм *«Общение ради перемен»* и начните обдумывать новые подходы к эффективному общению.
- Примите участие в работе над упражнениями из пособия.

- Снова посмотрите видеофильм одновременно с третьим упражнением —“Убедительные аргументы”—на стр. 11.
- После выполнения последнего упражнения—“ Эффективная работа СМИ”— участвуйте вместе с группой в оценке.

Основной принцип, описанный в этом пособии, остается прежним: вовлекающие, демократические и эгалитарные обучающие сообщества на основе вовлекающих горизонтальных процессов принятия решений. Такой подход может быть эффективным для всех: учителей, менеджеров, активистов, служащих и политических лидеров. Как и большинство навыков, эффективное общение требует приверженности определенным взглядам, а также практики.

Общение в обучающих сообществах: концептуальные основы²

На стиль лидерства прямым образом влияет умение слушать и общаться. В иерархически организованных сообществах система общения является, главным образом, вертикальной, где “подчиненные” следуют инструкциям “вышестоящего звена”.

Наоборот, в обучающих сообществах эффективное общение идет по горизонтали. Идеальной формой является диалог между равными. Каждый принимает участие и каждый учится. Лидеры воспринимают коллег как равных и работают с ними в партнерстве для достижения общей цели.

Существует связь между эффективным общением и эффективным лидерством в обучающих обществах:

- **Эффективные лидеры умеют слушать.** Они внимательны к нуждам других. Они слушают не меньше, чем говорят, поэтому обсуждают не только собственные мнения, но и мнения других людей, они учатся благодаря услышанному. Умение слушать требует подавления предубеждений, понимания точки зрения собеседника и, самое важное, абсолютного уважения к чужому мнению.
- **Эффективные лидеры умеют общаться.** Они способны выбрать форму общения, необходимую в конкретной ситуации и адаптировать свои послания для выбранной цели. Послание должно быть адресовано по-

Данный раздел представляет собой резюме идей Махназ Афхами раздела “Конструкция лидерства: Лидерство как коммуникативное обучение” из пособия *«Выберем лидерство: Пособие по проведению тренингов для женщин-лидеров»*.

разному к тем, кого хотят научить, и к тем, чье внимание к проблеме хотят привлечь.

- **Эффективные лидеры подают пример.** Они моделируют и воплощают послание, которые стремятся донести. Ничто не является более убедительным, чем сила примера.

Эффективно ли наше общение?

Мы общаемся, начиная с момента пробуждения и до того момента, когда ложимся спать. Развитие эффективных навыков общения важно для успешного взаимодействия с семьей, друзьями, коллегами и окружающим миром. Улучшение навыков общения также расширяет лидерские возможности .

Разработка **плана общения** организации важна, поскольку помогает привлечь внимание общественности, мобилизовать сообщество и выстроить коалицию, необходимую для претворения изменений в жизнь. План общения помогает очертить цели, определить соответствующие стратегии и сформировать умение задействовать различные группы для поиска общего видения.

Как для отдельных людей, так и в организациях, эффективное общение начинается с **анализа ситуации** и четкого **определения проблемы**. Ежедневно мы встречаем или сами испытываем несправедливость и неравенство. Первым шагом на пути к позитивным изменениям является определение конкретной проблемы, на которую вы бы хотели воздействовать.

Когда вы или ваша организация определили проблему, следующим шагом должно стать согласование **целей**: какие цели вы намереваетесь достичь, какие решения существующих проблем вы предлагаете. Можно определить одну или несколько целей, ведущих к небольшим изменениям или к сложным глобальным переменам.

Определить тип аудитории, людей, группу или правительственные органы, к которым адресуется ваше обращение. В целом, эффективным вариантом является общение с несколькими разными группами или сегментами общества,

которые могут оказать решающее влияние на достижение вашей цели. При этом, “общественность” или “СМИ” не являются аудиторией.

После определения целей и вашей аудитории можно разрабатывать послание. Эффективное послание **определяет** конкретную проблему, к которой вы его адресуете, а также описывает пути ее решения. Сильное послание включает ваше описание, видение вашей группы, цели и планы их достижения. Эффективное послание должно быть **убедительным и отличным от других**– оно должно обращаться к основным интересам вашей аудитории и демонстрировать необходимые действия.

После создания послания разработайте план общения. Сначала сформулируйте **стратегию** и подходы для достижения вашей цели. Личная или организационная стратегия должна строиться исходя из опыта группы, наличия умений, учета сильных и слабых сторон. Затем спланируйте **тактику**, конкретные действия в поддержку вашей стратегии. Они должны исходить из имеющегося времени, ресурсов и усилий, которые вы собираетесь вложить для достижения целей. План общения должен также включать точный период времени и методы **измерения успеха** и эффективности усилий. Методы измерения должны, к примеру, включать успех в формировании коалиций с другими организациями, частоту упоминания вашей кампании в СМИ или необходимость увеличения финансирования. Для получения субъективных мнений проведите опрос среди ваших избирателей/участников или лидеров общественного мнения на разных стадиях кампании.

Упражнения по навыкам общения

Упражнение 1: Эффективное общение

Задачи:

- Проанализировать характеристики людей, владеющих навыками эффективного общения
- Найти примеры эффективного общения

Время: 30 минут

Материалы: Бумага или доска с мелом, маркеры или мел

Ведущая семинара из числа волонтеров возглавляет дискуссию. Она помогает группе в правильном выполнении упражнений, ответственна за соблюдение лимита времени и предоставление голоса желающим. Второй волонтер фиксирует мнения участниц на большом листе или доске, чтобы их могли видеть все.

1. Волонтер пишет фразы «ЛЮДИ С НАВЫКАМИ ЭФФЕКТИВНОГО ОБЩЕНИЯ» и ЭФФЕКТИВНОЕ ОБЩЕНИЕ на большом листе или доске, в двух колонках.

ЛЮДИ С НАВЫКАМИ

ЭФФЕКТИВНОЕ ОБЩЕНИЕ

ЭФФЕКТИВНОГО ОБЩЕНИЯ

2. Участники по кругу называют ЛЮДЕЙ ИЛИ ОРГАНИЗАЦИИ, КОТОРЫЕ ОБЛАДАЮТ НАВЫКАМИ ЭФФЕКТИВНОГО ОБЩЕНИЯ. Затем определяют слова, фразы или понятия, которые ассоциируются у них с ЭФФЕКТИВНЫМ ОБЩЕНИЕМ, в то время как волонтер фиксирует их.

3. После выработки группой некоторого перечня, участники рассматривают некоторые или все следующие вопросы:

- Как определить людей с хорошими навыками эффективного общения?
- Вы можете назвать их эффективными, потому что они
 - Умеют слушать? Как вы это определили?
 - Являются великолепными ораторами? Как вы это определили?
- Считаете ли вы их метод общения эффективным, потому что они
 - создают убедительные и побуждающие обращения? Поясните.
 - вовлекают аудиторию в диалог? Поясните.
 - демонстрируют искренне уважение к чужому мнению? Поясните.
 - приводят примеры в поддержку? Поясните.
- Найдите общие черты в приведенных примерах эффективного общения.
- Найдите отличия в примерах эффективного общения.
- Является ли более эффективным лидером человек,обладающий лучшими навыками общения? Поясните.

Упражнение 2: Убедительность

Задачи:

- Обсудите навыки убедительного общения

Время: 30 минут

Материалы: Бумага или доска с мелом, маркеры или мел

Ведущая семинара из числа волонтеров группы возглавляет дискуссию. Она помогает группе в правильном выполнении упражнений, ответственна за соблюдение лимита времени и предоставление голоса желающим. Второй волонтер фиксирует мнения участников на большом листе или доске, чтобы их могли видеть все.

1. Волонтер пишет слова **УБЕДИТЕЛЬНО** и **НЕУБЕДИТЕЛЬНО** на большом листе или доске, в двух колонках.

УБЕДИТЕЛЬНО

НЕУБЕДИТЕЛЬНО

2. Участницы получают несколько минут на обдумывание методов, используемых при общении с членами семьи, друзьями или коллегами. Они также анализируют общение организацией или сообществ с избирателями, лидерами общественного мнения или СМИ.

3. Затем группа проводит “мозговой шторм” по следующим вопросам:

- Какие навыки общения делают убедительным человека или организацию? Волонтер фиксирует ответы в колонке **УБЕДИТЕЛЬНО**.

- Какие навыки общения не ведут к убедительности?
Волонтер фиксирует ответы в колонке
НЕУБЕДИТЕЛЬНО.

4. Участники анализируют навыки убедительности и обсуждают пути дальнейшего совершенствования навыков. Вопросы для дискуссии:

- Отличается ли общение между людьми и организациями? Поясните.
- Являются ли некоторые навыки общения более убеждающими, чем другие? Если да, назовите их.
- Отличаются ли мужские и женские способы убеждения? Если да, назовите их.
- Характерны ли некоторые типы общения больше для мужчин? Если да, то какие.
- Характерны ли некоторые типы общения больше для женщин? Если да, то какие?
- Какие навыки убедительных обращений вы знаете?
- Каким образом вы или ваша организация может добиться убедительности посланий?

Упражнение 3: Убедительные аргументы

Задачи:

- Определить компоненты убедительных посланий
- Сформулировать убедительные послания

Время: 120 минут

Материалы: Видеофильм «Общение ради перемен», видеоплеер, телевизор, большой лист бумаги или доска с мелом, маркеры или мел

Ведущая семинара из числа волонтеров группы возглавляет дискуссию. Она помогает группе в правильном выполнении упражнений, ответственна за соблюдение лимита времени и предоставление голоса желающим. Второй волонтер фиксирует мнения участников на большом листе или доске, чтобы их могли видеть все.

Часть 1

1. Участники по очереди определяют фразу, слоган, кампанию, рекламное обращение или выступление, которое, по их мнению, несет в себе заряд силы и вдохновения. Волонтер фиксирует информацию на листе бумаги или доске.

2. После составления большого перечня участницы рассматривают некоторые или все следующие вопросы:

- Почему фраза, слоган, кампания, рекламное обращение или выступление запоминаются?
- Что сделало послание убедительным и отличным от других?
- Воздействует ли послание на вас эмоционально?
- Затрагивает ли послание ваши ценности или ключевые заботы?
- Призывает ли вас послание к незамедлительным действиям?
- Содержится ли в обращении фактическая информация, делающая его убедительным и достойным доверия?
- Убеждает ли оно вас приобретать, делать или думать по-новому?

3. После дискуссии участницы смотрят видеофильм *«Общение ради перемен»*, который иллюстрирует основные концепции эффективного общения и содержит предложения по созданию убедительных посланий. На примере работы с телевидением в фильме предлагаются методы, в рамках которых люди и организации могут стратегически распространять свои послания.

4. По окончании просмотра волонтер из группы зачитывает вслух следующее описание компонентов убедительных посланий, представленных в видеофильме:

Убедительное послание является...

Лаконичным. Ваше послание должно состоять из одного-двух предложений и быть написано ясным, запоминающимся языком. Ограничьте ваше послание несколькими главными идеями – слишком много пунктов могут запутать людей.

Простым. Используйте активные глаголы. Избегайте жаргона, технических терминов и акронимов (или объясните необходимость использования каждого из этих слов).

Притягательным. Ваше послание должно резонировать с ценностями и эмоциями аудитории, привлекать их чувства. Оно должно напомнить им о том, что они уже знают и что для них важно, иметь элемент неотлагательности для вовлечения пассивных сторонников.

Конкретным и ориентированным на действия. Покажите, что люди могут сделать для изменения ситуации.

Адаптивным. Изменяйте форму послания для адресации конкретной аудитории при сохранении содержания неизменным.

Адаптируемым для СМИ. Убедитесь, что ваше послание может эффективно распространяться всеми видами СМИ—печатными изданиями, вебсайтами, ораторами, а также в ходе интервью.

Содействующим вашим целям. Разработайте послание, способствующее достижению ваших целей.

5. Группа обсуждает все или некоторые из следующих вопросов:

- Почему важно использовать активные глаголы? (К примеру, «Люди страдают от недостатка пищи», а не «От недостатка пищи пострадали люди»)
- Какие вы знаете способы конкретизации посланий и их ориентации на конкретные действия?
- Каким образом лаконичное послание может стать более сильным и запоминающимся?
- Существуют ли другие компоненты придания посланию убедительности? Если да, назовите их.
- Может ли человек с хорошими навыками общения улучшить эффективность послания? Поясните.
- Все ли эффективные лидеры создают сильные и убедительные послания? Должен ли лидер уметь так выступать, чтобы считаться эффективным лидером?

Часть 2

1. Работая в команде из 2-3 человек, участницы пишут послание, которое может иметь форму текста, песни, слогана, рекламного сообщения, утверждения о миссии организации и т.д. Послания должны иллюстрировать разные задачи, такие как мотивация, образование или переговоры.
2. Каждая группа рассматривает следующие вопросы при разработке проекта послания:
 - Какую конкретную проблему вы собираетесь решать?
 - Какое решение вы собираетесь использовать?

- Назовите 3-5 задач, которые вы намереваетесь решить.
 - Расскажите о своем плане достижения цели.
 - К каким людям или организациям вы собираетесь обратиться для достижения целей и осуществления необходимых изменений? Какие из них являются наиболее и наименее важными?
 - Как донести послание для наибольшего вовлечения аудитории?
 - Какие первоочередные действия может предпринять аудитория в вашу поддержку?
 - Как мотивировать аудиторию действовать по предлагаемому вами плану?
 - Написано ли ваше послание простым и точным языком?
 - Помогает ли послание решить вашу проблему?
 - Как сделать, чтобы послание ассоциировалось с вашей организацией? Говорится ли в послании о вас, видении вашей организации, ваших планах и способах их достижения?
3. Каждая команда делает краткую презентацию с использованием одного из навыков или тактики убеждения (см. Упражнение 2 “Убедительность”) для донесения посланий остальным участникам группы.
4. Участницы анализируют и критически рассматривают эффективность каждого послания и презентации. Среди обсуждаемых группой вопросы следующие:
- Какова цель презентации? К примеру, мотивировать, обучать, привлекать внимание или искать согласия?

- Какие методы переубеждения были использованы?
- Была ли презентация убедительной? Поясните.
- Было ли послание убедительным? Поясните.
- Как бы вы провели презентацию?

В следующем упражнении все команды адаптируют свои послания для конкретной аудитории.

Упражнение 4: Адаптация посланий к конкретной аудитории

Задачи:

- Провести практические занятия по созданию посланий для разных аудиторий

Время: 45 минут

Материалы: Бумага или доска с мелом, маркеры или мел

Ведущая семинара из числа волонтеров возглавляет дискуссию. Она помогает группе в правильном выполнении упражнений, ответственна за соблюдение лимита времени и предоставление голоса желающим. Второй волонтер фиксирует мнения участников на большом листе или доске, чтобы их могли видеть все.

1. Волонтер оглашает послания каждой из команд (см. часть 2 предыдущего упражнения).
2. Группа проводит коллективный “мозговой шторм” по каждой из потенциальных аудиторий, важных для достижения цели. Второй волонтер фиксирует мнения участников на большом листе или доске.
3. Работая в тех же командах (часть 2 предыдущего упражнения), каждая из них выбирает тип аудитории из предложенного перечня. Команды обсуждают полезность аудиторий для достижения их целей, а затем адаптирует послания для данной аудитории. При изменении послания все команды рассматривают следующие вопросы:
 - Как вы узнаете об отношении и мнении конкретной аудитории по вашему вопросу?
 - Как аудитория поверит, что эта проблема соответствует вашим целям?
 - Как найти общее в общении с вашей аудиторией?

- Что думает аудитория о проблемах, препятствующих достижению ваших целей? Как можно решить эти проблемы?
- Какие стереотипы царят у аудитории относительно вас и вашей организации?

4. Каждая команда представляет свое измененное послание группе и определяет аудиторию. Группа оценивает послание и обсуждает более эффективные пути донесения идей. Среди рассматриваемых группой вопросов следующие:

- Отражает ли данное послание чаяния аудитории? Поясните.
- Какой тип выступающего по каждому посланию будет наилучшим для данных аудиторий?
- Какой тип выступающего по каждому посланию будет наиболее убедительным для данных аудиторий?
- Какая стратегия донесения сообщений является наиболее эффективной для данных аудиторий?

В следующем упражнении каждая из команд выработает план общения для донесения своих посланий предполагаемой аудитории.

Упражнение 5: План общения

Задачи:

- Разработать план общения для донесения послания конкретной аудитории

Время: 45 минут

Материалы: Бумага или доска с мелом, маркеры или мел

Ведущий семинара из числа волонтеров возглавляет дискуссию. Она помогает группе в правильном выполнении упражнений, ответственна за соблюдение лимита времени и предоставление голоса желающим.

1. Работая в команде из 2-3 человек, участницы разрабатывают план общения для донесения послания аудитории, описанной в Упражнении 4 «Правильные послания для каждой аудитории»

2. Каждая команда пересматривает послание с учетом адресуемой проблемы, планируемого решения и задач, которые они намереваются выполнить.

3. При разработке стратегического плана общения рассмотрите следующие вопросы:

- Какие человеческие ресурсы вам доступны? Кто будет привлечен к распространению послания? Каков их опыт, умения и знания, сильные и слабые стороны?
- Какими вы обладаете материальными, финансовыми и другими ресурсами? Сколько денег и времени вы можете вложить?
- Каков масштаб вашего плана общения? Планируете ли вы распространять послание на местном, региональном или международном уровнях?
- Каковы некоторые способы проверки приспособляемости ваших посланий для

определения принадлежности к адресуемой аудитории?

- Каковы некоторые пути получения предварительной отдачи от них?
- Какие действия вы используете для распространения данного послания среди требуемой аудитории?
- С какими людьми или организациями вы бы хотели сформировать коалицию для распространения своего послания?
- Какие СМИ—печатные издания, радио, телевидение, или интернет—подходят для общения с вашей аудиторией? Какие СМИ использует ваша аудитория для получения информации? Каким образом вы можете использовать эти СМИ для распространения вашего послания?
- Как вы измеряете успех? Какие индикаторы вы используете для определения результатов вашей работы, как вы узнаете, что ваша деятельность увенчалась успехом?

4. На основе своего плана общения участницы разрабатывают краткое сообщение для СМИ в Упражнении 7 «Эффективные послания для СМИ.»

Как четко изложить послание?

Человек, обладающий эффективными навыками общения, создает правильное послание в адрес соответствующей аудитории, используя стратегии, адаптированные для конкретной аудитории. К примеру, вы можете распространить свое послание на встречах общины или в разговорах с лидерами общественного мнения, такими как журналисты, представители образовательной сферы, юристы или политики, которые могут помочь в достижении ваших целей. Вы можете обратиться к аудитории через СМИ, используя местные информационные и коммуникационные технологии, такие как газеты, журналы, радиопрограммы, телевидение, списки электронной рассылки или вебсайты. СМИ являются мощным средством распространения вашего послания от вашего имени и по вашей методике.

Одним из наиболее важных путей донесения послания через любые СМИ являются интервью. **Чем лучше вы подготовитесь к интервью, тем более эффективным оно получится.** До начала интервью, независимо от типа СМИ, важно понять, зачем у вас берут интервью, кто является интервьюером, у кого еще берут интервью и каковы взгляды других участников на проблему. Представьте типичную аудиторию данного интервью и определите, является ли она стратегической для вашего плана общения. Составьте послание для этой аудитории. В ходе интервью контролируйте его процесс. Не полагайтесь на журналиста в четком изложении проблемы. Убедитесь, что вся информация изложена точно и поможет вам достичь требуемых целей. Проведите репетицию интервью и поинтересуйтесь мнением окружения для того, чтобы обеспечить максимальную эффективность интервью.

Чем более эффективно ваше послание, тем больше ваш успех. Эффективное послание должно быть простым, излагать

идеи одним или двумя предложениями простым запоминаемым языком без жаргона, технических терминов и акронимов. Послание должно быть сведено к нескольким основным целям, к которым вы стремитесь, должно содержать предложения по вариантам их достижения. Усиьте послание статистическими выкладками, слоганами, символами, реальными примерами и анекдотами. Часто повторяйте послание и в короткий промежуток времени благодаря различным СМИ вы достигнете успеха.

Упражнения по взаимодействию со СМИ

Упражнение 6: Отношения со СМИ

Задачи:

- Рассмотреть использование различных СМИ
- Определить пути эффективного донесения послания через различные СМИ

Время: 90 минут

Материалы: Материалы: видеофильм «Общение ради перемен», видеоплеер, телевизор, большой лист бумаги или доска с мелом, маркеры или мел

Ведущая семинара из числа волонтеров возглавляет дискуссию. Она помогает группе в правильном выполнении упражнений, ответственна за соблюдение лимита времени и предоставление голоса желающим.

1. Группа проводит коллективный “мозговой шторм” по созданию перечня известных кампаний в СМИ. Волонтер фиксирует мнения участниц на большом листе или доске.

2. После выработки группой перечня участницы рассматривают некоторые или все следующие вопросы:

- Какие СМИ были задействованы в кампании: печатные издания, радио, телевидение, или/и интернет?
- Были ли кампании эффективными? Почему?
- Назовите некоторые преимущества и недостатки (или проблемы) донесения вашего послания через
 - печатные издания?
 - радио?
 - телевидение?

- интернет?
- Назовите некоторые способы, использованные вами в СМИ ранее для распространения вашего послания более широкой аудитории?
- Брала ли у вас интервью печатные или интернет-газеты, радио, ТВ?
- Оказались ли они успешными? Поясните.
- Являются ли особые навыки общения полезными для использования в СМИ? Если да, то назовите их?

3. С учетом данной дискуссии группа может решить еще раз посмотреть видеофильм «*Общение ради перемен*» и затем изучить способы оптимального донесения своих посланий через интервью в СМИ.

4. После просмотра видеофильма группа обсуждает все или некоторые следующие вопросы:

Адаптирование послания: В видеофильме Толекан Исмаилова, активистка в области прав человека из Кыргызстана, говорит: «Очень важно знать свою аудиторию и говорить так, чтобы ей было понятно».

- Назовите преимущества адаптирования посланий для разных аудиторий.
- Назовите некоторые препятствия на пути их донесения данным аудиториям. Как их преодолеть?

Изложение ваших посланий по-вашему: Журналист Айдар Исаев замечает в видеофильме, что «важность работы со СМИ заключается в том, что вы можете донести ваше мнение так, как сочтете нужным».

- Назовите некоторые способы изложения историй в собственной манере.
- Какие проблемы могут встретиться на данном пути? Как их преодолеть?

Подготовка к интервью: Журналистка Наталия Бушуева отмечает в видеофильме: «Не стоит участвовать во всех интервью подряд. Надо, чтобы Вас слышала именно ваша аудитория, посмотрела или прочитала данный выпуск. Если Вы стремитесь, чтобы Ваше интервью было замечено официальными лицами, желательно работать с государственными СМИ, поскольку местные СМИ не привлекают их внимание»

- Какие вопросы вы бы хотели себе задать перед интервью?
- Назовите разные способы подготовки к интервью разного формата: отличия между подготовкой к интервью в печатных изданиях и, к примеру, на радио/телевидении? Между записью и прямым эфиром?

Стиль одежды и внешний вид: На телевидению простота внешнего вида привлекает внимание к тому, что Вы говорите, а не к Вам. В видеофильме Айдар рекомендует надевать нейтральные консервативные тона, такие как темно-синий, серый, а не белый, сидеть прямо и делать минимум жестов.

- Назовите другие способы упрощения презентации для привлечения внимания к посланию.

Во время интервью: В видеофильме Айдар рекомендует: “Послания будут более убедительны, если приводить статистику, говорить короткими предложениями, использовать запоминающиеся или смешные случаи. Важно приводить побольше фактов и цифр. Это добавляет весомости вашим посланиям и позволяет разными людям понять их... Особенно важно использовать факты в интервью”.

- Какие виды фактической информации придают большую весомость вашему посланию?

- Каким образом повтор разными СМИ вашего послания в течение короткого периода времени может усилить его?

Самоконтроль: Наличие самообладания перед интервью позволяет эффективно донести ваше послание. Айдар советует “Вы должны сосредоточиться на главном, и успеть сказать это. Вы должны понимать, что как только Вас начнут снимать, уже поздно что-то менять.”

- Назовите некоторые способы установления контроля над ситуацией и самоконтроля до начала интервью и самообладания во время интервью.
- Назовите некоторые способы самоконтроля во время интервью. Какие трудности встречаются на этом пути? Как вы собираетесь их преодолеть.

Негативные вопросы: В видеофильме участники рекомендуют различные пути противостояния критике и негативным вопросам в ходе интервью. К примеру, Гульнара Ганиева, представительница образовательной НПО и активистка из Узбекистана отмечает, что нельзя вступать в дискуссию с журналистом. Вместо ответа “Нет, я не согласна...” или “Нет, это не так...”, следует, например, сказать: “Я считаю, что...” или “Я здесь, чтобы разъяснить...”

- Назовите некоторые конструктивные способы ответа на негативные вопросы.
- Каким образом вы можете использовать конфронтационные вопросы или критику в качестве возможности усиления вашего сообщения?

Оттачивание навыков участия в интервью: Согласно мнению Наталии Бушуевой, трудность работы со СМИ в том, что Вам надо говорить не то, что Вы привыкли обычно говорите коллеге или другому человеку, который Вас понимает термины или иностранные слова, тут надо уметь разъяснить простыми словами то, о чем Вы хотите сказать. Это трудно, но с опытом это приходит.

- Назовите некоторые поведенческие навыки, которые необходимы во время интервью.
- Назовите некоторые способы получения отзывов о ваших навыках участия в интервью.

Ваша роль в донесении посланий: Навыки и умение эффективно распространять послания является важным компонентом хорошего лидерства. По мнению Айдара, «Не каждый рожден быть оратором, и может оказаться так, что Вы как раз не тот человек. Возможно, вы можете разрабатывать послание, готовить материал и так далее, а кто-то может лучше выступить перед камерой и дать комментарии. Вот почему полезно кооперироваться.»

- Какова ваша роль в распространении посланий?
- Какую роль вы бы хотели играть в распространении сообщений в адрес конкретной аудитории? Как вы можете улучшить навыки, необходимые для выполнения данной роли?

5. Оцените вместе с группой видеofilm «*Общение ради перемен*». Среди прочих тем, участницы рассматривают следующие вопросы:

- Помог ли видеofilm лучше понять процесс создания убедительного послания?

- Помог ли видеофильм лучше понять способы эффективной коммуникации через СМИ?
- Какой раздел видеофильма вы считаете наиболее и наименее ценными?
- Какие дополнительные визуальные материалы были бы вам полезны?

Упражнение 7: Эффективная работа со СМИ

Задачи:

- Сформулировать и отправить эффективное послание для СМИ

Время: 60 минут

Materials: Видеокамера, видеоплеер, телевизор, большой лист бумаги или доска с мелом, маркеры или мел

Ведущая семинара из числа волонтеров возглавляет дискуссию. Она помогает группе в правильном выполнении упражнений, ответственна за соблюдение лимита времени и предоставление голоса желающим.

1. Работая в команде из 2-3 человек, участницы разрабатывают обращение для СМИ, описанное в упражнении 5 “План общения”. Обращение отражает общее видение, уже существующее в группе и включающее следующие элементы:

- Определение проблемы или вопроса.
- Определение целей человека или организации.
- Рекомендацию способов достижения целей.
- Убедительные факты и/или истории.
- Апелляцию к ценностям аудитории или ключевым заботам и адаптацию вашего послания к ней.
- Предложения по вовлечению аудитории и тем действиям, которые они могут предпринять.
- Название вашей организации и некоторых ваших значимых программ.

2. Выберите члена группы, которая представит послание всей группе в виде имитации интервью. Волонтер из другой команды выступает в качестве интервьюера.

3. Перед интервью представительница группы кратко излагает “журналистке” проблему. “Журналистка” придумывает два вопроса, которые хочет задать.

4. Выступающие от каждой группы по очереди делают трехминутную презентацию. (если есть возможность, “интервью” нужно записать на видео. Затем просмотрите “интервью”, чтобы обсудить, как лучше представить послание. Видеофильм *«Общение ради перемен»* содержит пример такого интервью).

5. Группа проводит коллективный анализ и критическое осмысление каждой презентации. Среди рассматриваемых вопросов следующие:

- Содержало ли обращение информацию, необходимую для убеждения?
- Какая дополнительная информация могла бы быть полезной?
- Содержалась ли бесполезная информация для данного послания?
- Какие навыки общения были использованы для апелляции к аудитории?
- Была ли презентация убеждающей? Поясните.
- Была ли презентация эффективной? Поясните
- Существуют ли пути улучшения презентации? Если да, назовите их?

Оценка пособия и видеофильма

Оценка является одной из важнейших частей любого обучения, так как она позволяет участникам осмыслить полученные знания, а также эффективность собственно обучающего процесса. Более того, ведущие семинара могут использовать мнения участников для дальнейшего совершенствования сессий.

Упражнение 8: Оценочное упражнение

Задачи:

- Оценить знания, полученные из пособия и видеофильма
- Оценить учебные задания и упражнения из пособия и видеофильма

Время: 30 минут

Материалы: Бумага или доска с мелом, маркеры или мел

Ведущая семинара из числа волонтеров возглавляет дискуссию. Она помогает группе в правильном выполнении упражнений, ответственна за соблюдение лимита времени и предоставление голоса желающим. Второй волонтер фиксирует мнения участников на большом листе или доске, чтобы их могли видеть все.

1. Участницы по очереди называют части пособия и видеофильма «*Общение ради перемен*», которые им понравились более всего и приводят доводы и поддержку своего мнения. Волонтер фиксирует комментарии участников на листе бумаги или мелом на доске.

2. Таким же образом участницы определяют аспекты данного пособия и видеофильма, которые им понравились менее всего и объясняют причины. Волонтер фиксирует и эти комментарии.

3. Далее участницы рассматривают следующие вопросы:

- Оправдали ли ваши ожидания семинар и упражнения, представленные в учебнике и видеофильме «*Общение ради перемен*»?
- Чувствуете ли вы необходимость получения большего объема практических знаний по какому-либо аспекту эффективного общения?
- Каким образом, по вашему мнению, вы сможете применить полученные знания о навыках общения в повседневной жизни?