



ПРОГРАММА ПОДДЕРЖКИ
МОЛОДЕЖНЫХ ИНИЦИАТИВ



Полезные рецепты для активной молодежи



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



IREX
WWW.IREX.ORG

Содержание

Содержание	1
Вступление	2
Рецепт проекта: «Бизнес на практике»	3
Рецепт проекта «В фокусе нашего внимания»	7
Рецепт проекта «Возродим былое»	11
Рецепт проекта «День благодарения»	15
Рецепт проекта «День журналиста»	18
Рецепт проекта «Жизнь без барьеров»	22
Рецепт проекта «Молодежный банк»	24
Рецепт проекта «Молодежный голос»	30
Рецепт проекта «Молодежь на сцене»	35
Рецепт проекта «Молодежный центр карьеры»	39
Рецепт проекта: «Наше наследие»	44
Рецепт проектов «Пока ты молод!» и «Свежий ветер»	48
Рецепт проекта «Радужный мост»	50
Рецепт проекта «Совет по правам детей и молодежи»	52
Рецепт проекта «Студенческий центр юридической помощи»	55
Рецепт проекта «Тетрадка дружбы»	61
Рецепт проекта «Центр студенческой помощи пожилым людям»	64
Рецепт проекта «Фотоаппараты в руках детей»	66
Рецепт проекта «Экстремальный и приключенческий туризм (Альбатрос)»	68
Рецепт «Как привлечь средства в проект» (фандрайзинг)	71
Рецепт «Привлечение участников» (рекрутмент)	74

Дорогой читатель!

Неважно кто Вы – взрослый человек, работающий с молодежью; государственный служащий, влияющий на молодежную политику; или молодой человек с горячим желанием изменить жизнь вокруг себя к лучшему. Эта «Книга полезных рецептов для активной молодежи» создана для того, чтобы дать вам свежие идеи и познакомить с лучшим опытом работы с молодежью, который был накоплен на протяжении нескольких лет реализации «Программы поддержки молодежных инициатив» в России. За последние три года в рамках Программы прошли обучение и получили практический опыт участия в проектах более 1000 молодых людей из 10 регионов России, поддержано более 150 молодежных проектов, которые принесли пользу более чем 20 000 человек.

Программа поддержки молодежных инициатив помогает молодым людям развивать навыки и способности, которые им нужны для того, чтобы стать успешными взрослыми людьми с активной жизненной позицией, путем вовлечения их в проекты, направленные на благо общества. В программе использованы подходы теории позитивного развития молодежи, которая рассматривает молодежь как ресурс, который нужно развивать, а не как проблему, требующую решения. Ставя во главу угла ценности и возможности молодежи, а самих молодых людей – в центр практической деятельности, этот подход нацелен на развитие компетенций молодых людей и наделение их полномочиями для самостоятельной работы. Этот подход также позволяет молодежи внести свой вклад в позитивное развитие общества уже сейчас, а не ждать пока наступит подходящий момент во взрослой жизни.

В самом начале Программы по результатам конкурса были отобраны 25 наиболее интересных и инновационных молодежных проектов по всей России. Теперь молодежь из других регионов реализует эти проекты в своих городах и деревнях с консультативной и тренерской поддержкой авторов этих проектов. Без сомнения условия, в которых реализуются проекты, отличаются в зависимости от региона – от Тюмени до Тамбова, от Краснодара до Карелии. Новые группы, которые осуществляли свои проекты по этим моделям в рамках Программы, использовали те ресурсы, которые смогли найти в своем городе, и адаптировали существующие модели под местные запросы и условия.

Несмотря на это, ключевые ингредиенты всех рецептов проектов остались неизменными и являются жизненно важными для позитивного развития молодежи. Так, все проекты должны содержать 3 основных ингредиента: 1) активное участие молодежи, 2) партнеры-взрослые, предоставляющие экспертную поддержку и 3) партнеры-организации – в лице школ, колледжей, некоммерческих и молодежных организаций. К этим основным ингредиентам требуется добавить несколько базовых умений и навыков, которые необходимы для реализации почти всех проектов. К ним относятся: привлечение средств и ресурсов, подбор в проект участников и установление контактов с партнерскими организациями, а также управление проектами и работа с волонтерами. Эти основные навыки можно сравнить с ингредиентами хорошего борща. Не важно, какой это именно борщ: московский, по-киевски или по-черниговски, каждый рецепт подразумевает, с одной стороны, набор базовых ингредиентов, а с другой – тех особых компонентов, которые отличают их друг от друга.

Рецепты, которые вы найдете в этой «Книге полезных рецептов для активной молодежи», демонстрируют общий подход к каждой модели, к которой вы должны добавить ваши местные компоненты- «приправы». Теперь и вы можете протестировать эти рецепты в вашем городе, селе, деревне, добавив необходимые «местные специи», т.е. адаптировав их к условиям вашего региона. Молодежные группы, которые уже реализовали эти проекты, будут рады помочь вам советом или консультацией. Их контакты вы найдете в конце каждого рецепта.

Удачи – и приятного аппетита!

Команда «Программы поддержки молодежных инициатив» (YDCP)

Рецепт проекта: «Бизнес на практике»

Описание проекта

Успех в бизнесе требует прочных знаний теории и практики. Где же лучше всего этому научиться как не на настоящей работе? Проект «Бизнес на практике» обучает начинающих предпринимателей и становится связующим звеном между ними и местными компаниями, где они получают необходимые знания, осуществляя реальные бизнес-проекты и помогая компаниям выполнить поставленные задачи.

У этого рецепта четыре этапа.

- 1) **Подготовка:** разработка базы проекта.
- 2) **Расширение знаний молодежи о бизнесе:** усовершенствование навыков ведения бизнеса у молодежи с помощью серии мастер-классов.
- 3) **Бизнес-задача:** молодые люди выполняют реальный бизнес-проект для реального бизнеса.
- 4) **Анализ и будущее:** анализ результатов и планирование будущих мероприятий проекта.

Ингредиенты

- **Молодежь:** группа энергичных молодых людей, которым интересно обучение навыкам бизнеса и взаимодействие с реальными компаниями, которые хотят использовать и осваивать ресурсы местного сообщества. Молодые люди разобьются по группам от трех до пяти человек, в зависимости от количества участников проекта.
- **Партнер-организация:** комбинация, когда организация уже работает с молодежью и одновременно имеет хорошие связи с бизнесом, будет идеальной. Университет или колледж также могут быть потенциальными партнерами в проекте.
- **Партнер-взрослый:** взрослый консультант необходим для координации работы молодежи и налаживания связей с местными компаниями.
- **Бизнес-партнер** или несколько компаний-партнеров, желающих работать с вами. Поскольку ключевым компонентом данного проекта является выполнение конкретной бизнес-задачи, молодежи проекта необходимо сотрудничать с конкретными компаниями, которые будут направлять их действия и обеспечат конкретными задачами.
- **Место для встреч,** где участники могут обсуждать ход проекта и проводить тренинги. Идеальным местом может быть помещение в университете, общественной организации или в одной из компаний.
- **Группа профессионалов** из разных областей бизнеса, таких как юриспруденция, маркетинг, продажи, управление проектами и т.п., которые готовы пожертвовать частью своего времени для обучения и консультирования молодежи в своих профессиональных областях (им может быть предложен небольшой гонорар, если это необходимо).

Шаги

Подготовительный этап

1. Отберите молодых людей для участия в проекте. Обратитесь к рецепту «Набор участников» на стр.Х за рекомендациями.
2. Разделите молодых людей на команды от трех до пяти человек в зависимости от количества участников проекта. Распределите обязанности между членами группы. Кто будет отвечать за поиск бизнес-партнеров? Кто будет искать преподавателей, которые будут вести тренинги? Кто будет ответственным за набор новых участников проекта и рекламу? Кто будет руководителем всего проекта?
3. Найдите профессионалов из мира бизнеса для проведения тренингов. Молодежь проекта должна принять активное участие в подборе тем для тренингов. Партнер-взрослый может предложить дополнительные идеи, вызваться сам провести тренинг или рекомендовать потенциальные контакты из бизнес-среды. Затем найдите бизнесменов, которые согласятся провести одну или несколько сессий тренинга и, возможно, не откажутся выполнить роли наставников в проекте. Если у вашей организации пока нет связей в бизнес-сообществе, вот несколько подсказок о том, как их можно найти.
 - Составьте список потенциальных контактов в бизнес-сообществе, которые, по вашему мнению, могли бы принять участие в проекте. Может быть, кто-то из родственников участников команды имеет свой бизнес? Какие еще связи есть у участников команды в бизнес-среде? Может быть, есть компании, которые были заинтересованы в сотрудничестве с вами прежде? Постарайтесь, чтобы ваш список контактов включал профессионалов из разных областей бизнеса, чтобы они могли осветить различные темы.
 - Прежде чем вы начнете встречаться с этими очень занятыми людьми, подумайте о том, что вы им скажете и каким образом. Напишите себе несколько тезисов, которые четко и ясно передадут суть проекта и убедят человека работать с вами. Используйте тот факт, что это сотрудничество одинаково выгодно для всех сторон: в будущем бизнес получит более подготовленных сотрудников для работы в своей компании!
4. Помимо привлечения в проект профессионалов из бизнеса вам также потребуются бизнесмены, которые смогут обеспечить студентов задачами из реального мира бизнеса. Подберите группу компаний, которые готовы дать вам реальные задания, связанные с решением конкретных задач, для которых им нужны консультанты. Компании должны определить сроки для решения этих задач и результаты, которые хотели бы получить. В ранее реализованных проектах, например, задачи включали тестирование жизнеспособности нового маркетингового бренда и развитие стратегического плана для расширяющейся дистрибьюторской сети. Каждая компания, которая примет участие в проекте, должна делегировать координатора, профессионала из числа сотрудников компании, который будет работать со студентами и предоставлять им отзывы об их работе в проекте. Возможно,

некоторые из этих компаний смогут предоставить и тренера для проведения предварительных тренингов по отработке бизнес-навыков, и «живой» бизнес-проект на стадии реализации.

Для того чтобы проект был успешным, вам достаточно одного бизнес-партнера, который может дать одно и то же задание всем командам проекта. Если команд больше, будет лучше, если компаний будет несколько, но это необязательно.

5. Найдите помещение для занятий по бизнесу. Размер помещения будет зависеть от размера группы. Идеальное место для обучения должно быть оборудовано мультимедийным проектором, экраном и флипчартом. Ваши бизнес-партнеры или университет могут предоставить вам такое помещение, если в вашей организации недостаточно для этого места.

Расширьте свои знания в области бизнеса. Это этап, когда молодежь проекта может пополнить свои бизнес-навыки и подготовиться к заданию из реального мира бизнеса.

1. Составьте расписание занятий и план проведения тренингов. Каким темам будут посвящены тренинги и в какой последовательности они будут идти? Сколько часов будет длиться каждый тренинг? Где будет проходить каждый из тренингов? Подтвердите все детали с тренерами, т.к. вам необходимо согласовывать тренинги с основным графиком проекта. В основном на этих занятиях участники получают общую информацию о бизнесе, например, как написать бизнес-план или создать маркетинговую стратегию. Длительность каждого занятия и их количество зависят от возможностей тренера и его загруженности, мотивации участников, количества тем и глубины их изучения.
2. Проведите занятия, как только график тренингов будет согласован. Убедите участников в важности быть активными, посещать все занятия, приходить вовремя и выполнять домашние задания, которые задают преподаватели.

Задача из реального мира бизнеса

Это, пожалуй, самая интересная часть проекта. Молодежь проекта уже создала свои связи в бизнес-сообществе, усовершенствовала свои бизнес-навыки и теперь готова к настоящей работе с конкретными бизнес-задачами.

1. Если у вас всего один бизнес-партнер, он предложит одно и то же задание для всех групп. В этом случае все команды будут соревноваться друг с другом за лучшее решение данной задачи. Если бизнес-партнеров несколько, каждая компания выдаст задание одной или двум группам в зависимости от количества команд и партнеров.
2. Проработайте задание. Настройте участников проекта относиться к этой работе серьезно и добросовестно. Они должны осознавать, что им доверили решить конкретную бизнес-задачу для конкретного бизнеса. Партнер-взрослый в данном проекте должен быть всегда готовым помочь командам, если у них появляются вопросы.
3. Представьте готовые решения бизнес-партнерам и общественности. Проведите специальное мероприятие презентаций своих работ. В дополнение к рекламе мероприятия в вашем

университете, в вашей организации или у бизнес-партнеров пригласите бизнесменов, студентов и преподавателей. Напечатайте флаеры, организуйте рекламу на радио и телевидении, если это возможно.

4. Обязательно пригласите представителей СМИ на презентацию. Перед каждой презентацией результатов работы группы ведущий должен кратко представить проект в целом. Это поможет привлечь в проект новых участников. Дайте возможность выступить тренерам и наставникам, если они захотят. Предоставьте представителям бизнеса возможность выбрать победителей с самым успешным решением реальной бизнес-задачи и наградить победителей.

Оценка и будущее

1. Соберите группу вместе и обсудите, что прошло хорошо, а что можно улучшить. Используйте эту информацию для планирования следующего раунда мероприятий.
2. Встретьтесь с тренерами и бизнес-наставниками, чтобы получить их отзывы о проекте. Узнайте, готовы ли они снова работать с вами работать и/или порекомендовать других бизнес-партнеров. Используйте их отзывы для того, чтобы улучшить следующий раунд проекта.
3. Наберите новых участников. Обратитесь к рецепту «Привлечение новых участников» для более подробной информации и за рекомендациями. Вот несколько советов, которые пригодятся именно на этом проекте: используйте финальные презентации для привлечения новых участников в проект и попросите ваших нынешних участников помочь вам в этом. Участники проекта могут подчеркнуть свое партнерство с реальными компаниями и рассказать о том, что конкретно проект дал лично каждому из них.
4. Подумайте о новых темах для занятий. На этом этапе вы можете организовать два типа занятий: один – для новых участников, а другой, продвинутый уровень – для опытных участников, которые уже принимали участие в вашем проекте. Скорее всего вам придется искать новых тренеров для работы по дополнительным темам.
5. Найдите новых тренеров и новых бизнес-партнеров.

Конечный результат. Этот рецепт позволяет молодежи получить одновременно навыки в работе над бизнес-проектами и партнерские связи в деловом сообществе, которое предоставляет им реальный опыт ведения бизнеса и прочную базу для успешной конкуренции по окончании вуза.

Хотите узнать больше?

Посетите <http://ydcp.irex.ru>

Рецепт проекта «В фокусе нашего внимания»

Описание проекта

У молодежи должна быть возможность влиять на молодежную политику, развитие программ и услуг для молодежи, которые существуют в их городе или районе. «Фокус нашего внимания» привлекает молодых людей к серьезному обсуждению важных вопросов в формате ток-шоу, предоставляя молодежи платформу для воздействия на формирование молодежной политики.

Ингредиенты

- **Молодежь:** поскольку этот проект для молодежи и делается руками молодых людей, молодежь – это ключевой ингредиент проекта. Участникам проекта необходимо обладать желанием работать с людьми, иметь мотивацию и желание учиться новому, а также возможность и стремление влиять на тех людей, которые несут ответственность за решение вопросов молодежной политики.
- **Партнеры-взрослые:** главный элемент этого рецепта – влияние на развитие местной молодежной политики, которое можно осуществить только путем взаимодействия с теми, кто отвечает за решение этих вопросов в органах власти, в вашей школе или молодежных организациях. Партнеры-взрослые помогут вам выявить ключевых людей, которые определяют молодежную политику на местном уровне, и разработать стратегию взаимодействия с ними в рамках проекта.
- **Партнеры-организации:** партнер-организация должна предоставить помещение, где команда проекта может собираться и обсуждать приближающиеся мероприятия, анализировать собранную информацию и готовиться к ток-шоу. В идеале такое место должно быть оснащено компьютерами с доступом в Интернет. Партнер-организация также может обеспечить команду нужными контактами и представить ее важным людям в сфере молодежной политики или СМИ.
- **Помещение для проведения ток-шоу:** оно должно быть достаточно просторным для той аудитории, которую вы хотите пригласить. Местный концертный зал или спортивный зал школы могут быть подходящим вариантом для этих целей.

Дополнительные ингредиенты

- **Веб-сайт:** сайт можно использовать для проведения опросов среди молодежной аудитории с целью изучения их мнения и идей для решения проблем, которые вы выбрали для разработки. Вебсайт может быть хорошей площадкой для поиска новых участников в проекте или рекламы будущих мероприятий.

Шаги

Выслушать мнения молодых людей

1. Обсудите, какие вопросы вы хотите разрабатывать в ходе проекта. Убедитесь, что эти вопросы действительно актуальны для той молодежной аудитории, которую вы рассматриваете как целевую группу проекта. Примерные темы могут включать: профилактика наркотической и алкогольной зависимости, увеличение числа мест для организации отдыха и досуга молодежи, профориентация и поиск работы.
2. Определите, каким образом вы будете собирать мнения и идеи молодежи по выбранной вами теме. Вы можете опубликовать опрос на своем сайте или использовать онлайн-ресурс для опросов (например, Survey Monkey). Вы также можете разработать бумажный вариант анкеты или организовать дискуссию в фокус-группах.

Подсказка: когда разговариваете со своими сверстниками, постройте разговор так, чтобы они отвечали как можно конкретнее. НЕ задавайте вопросов, на которые можно дать односложный ответ «да» или «нет». Стройте вопросы таким образом, чтобы на них требовались четкие и конкретные ответы. Например, если вы обсуждаете проблему алкогольной зависимости, вы можете спросить: «Что может заставить молодых людей пить меньше?» Так вы побуждаете вашего респондента задуматься о конкретном пути решения проблемы.

3. Проанализируйте данные. Следите за тенденциями высказываний. Какими были наиболее повторяющиеся ответы? Было ли что-нибудь, что вас удивило? Были ли какие-то предложения, которые вы можете обобщить и представить местным властям, администрации вашей школы и т.д. (в зависимости от направленности проекта и данных, которые вы собрали)?
4. Подумайте, каким способом будет лучше всего представить ваши наработки. Это может быть: проведение ток-шоу, встреча с представителями власти или публикация короткого итогового отчета. Подумайте, кто должен увидеть эту информацию, и каким образом вы можете донести ее до них наиболее эффективно.

Проведите ток-шоу

Одним из наиболее привлекательных способов поделиться информацией и начать диалог с молодежью и взрослыми может быть проведение ток-шоу. Вот как это можно сделать.

1. Найдите помещение для мероприятия. Помещение должно быть достаточно просторным, чтобы вместить публику. Необходимо убедиться, что там можно подключить оборудование и микрофоны.
2. Найдите ведущего для ток-шоу. Этот молодой человек или девушка может быть как активным участником команды проекта, так и не принимать в нем активного участия. Этот человек должен быть общительным и дружелюбным, уметь разговаривать с людьми и направить обсуждение в нужное русло.

3. Найдите гостей для ток-шоу. Определите, скольким молодым людям вы дадите слово во время ток-шоу? Идеальный вариант: пригласить от трех до пяти молодых людей, которые представят точки зрения и мнения разных групп. Это поможет вам сделать дискуссию более интересной. Взрослые могут брать слово и выступать как гости шоу или просто принимать участие в обсуждении после презентации.
4. Свяжитесь с местным телевидением или одним из каналов с просьбой снять ваше ток-шоу. Ваш партнер-взрослый, возможно, поможет вам назначить встречу с нужными людьми. Сформулируйте четко и ясно, какую пользу принесет трансляция вашего мероприятия и общественности, и самому каналу. Если местный канал не проявит интереса, все равно постарайтесь организовать съемку шоу на камеру. Вы можете разместить ваше видео либо на своем веб-сайте, либо в Интернете, например, в YouTube.
5. Рекламируйте ваше ток-шоу. Реклама должна быть направлена как на все население в целом, включая молодежную аудиторию, так и на конкретных людей, которых вы хотите привлечь к вашему мероприятию. Развесьте постеры в тех местах, где собирается молодежь. Расскажите о ток-шоу друзьям. Договоритесь со СМИ о рекламе со скидкой или бесплатном ее размещении на местном радио, телеканале, в местных журналах и газетах. Пригласите лично тех специалистов и гостей, которых вы хотите видеть на своем ток-шоу. Составьте список этих людей. В него нужно обязательно включить специалистов по молодежной политике и тех, кто может повлиять на ситуацию или решение вопроса, который вы будете освещать на ток-шоу. Пригласите представителей СМИ для освещения мероприятия.
6. Встретьтесь заранее со всеми ключевыми участниками и организаторами шоу, включая тех, кто будет его снимать, чтобы обсудить сценарий и проверить аппаратуру. Нет необходимости в репетиции всего сценария, но очень важно, чтобы все участники понимали, как пройдет ток-шоу.
7. Проведите ток-шоу – это кульминация всей вашей тяжелой работы! Молодежь даст возможность сверстникам озвучить свое мнение и тем самым повлиять на решения, которые их непосредственно касаются! Обязательной частью шоу должна стать хорошо управляемая ведущим дискуссия, в которой примут участие специально приглашенные гости, и короткая презентация тех результатов, которые вы собрали в ходе опросов и исследований. Затем может идти серия вопросов и ответов с аудиторией. Эта серия вопросов-ответов – тот момент ток-шоу, в котором вы можете выступить с новыми идеями, а также вступить в прямой диалог с людьми, принимающими решения в области молодежной политики. В идеальном варианте время ток-шоу не более 90 минут, и, по меньшей мере, половина этого времени (не менее 45 минут) должна быть посвящена вопросам и ответам – диалогу аудитории с гостями.
8. Поместите видео вашего ток-шоу на YouTube и поделитесь этой ссылкой со всеми, кому это может быть интересно. Если ваше ток-шоу покажут по одному из местных каналов, объявите о дате и времени выхода в эфир этого сюжета. Попросите у телеканала копию этого сюжета или ролика!

9. Опубликуйте результаты ток-шоу. Что было важно? Произойдут ли по результатам ток-шоу какие-либо изменения в молодежной политике или другие события в этой сфере? Пусть люди знают!

Осмыслите и повторите

1. Обсудите с группой, что прошло хорошо в течение первого цикла проекта, и что вы можете в следующий раз сделать лучше. Воспользуйтесь этой информацией, когда будете планировать следующие темы для опроса и ток-шоу.
2. Продолжайте привлекать новых людей в проект.
 - Молодые участники вашего проекта могут поговорить со своими друзьями, одноклассниками и сверстниками о том, как здорово работать в проекте, участвовать в опросах, обдумывать новые идеи и делиться ими во время ток-шоу.
 - Найдите правильные слова для краткого описания проекта — назовите, например, три самых классных момента в проекте лично для вас.
 - Продвигайте свою группу на своем сайте и в социальных сетях (ВКонтакте, Facebook и Twitter).
3. Обсудите возможные варианты новой темы и начните весь цикл снова.

Конечный результат

Этот проект откроет дружеский диалог между молодежью и взрослыми, отвечающими за реализацию молодежной политики. С помощью этого диалога вы сможете повлиять на решение молодежных вопросов и изменить к лучшему жизнь молодых людей вашего города. Вы также поможете молодежи высказаться по вопросам, которые для них важны.

Отзывы участников

«Ток-шоу — это момент, когда сталкиваются позиции. Я верю, что подобные мероприятия нужны именно потому, что они позволяют говорить напрямую с людьми, от которых зависит принятие решения». (Евгений Андреев, 24 года)

«Это возможно — обсуждать конкретные идеи, которые помогут решать проблемы. Это замечательный социальный эксперимент для всех молодых людей, которые в нем участвуют и всех, кого он затрагивает». (Светлана Начинова, г. Петрозаводск)

Хотите узнать больше?

Посетите <http://ydcp.irex.ru>

Рецепт проекта «Возродим былое»

Описание проекта

История не должна умирать вместе с теми, кто ее прожил. Рецепт проекта «Возродим былое» рассказывает о том, как привлечь молодых людей к исследованию, документированию и сохранению истории своих деревень или городов. Проводя исследования в архивах и на местности, молодые люди – участники проекта станут экспертами по историческому прошлому их сообщества. Такие исследования также объединяют молодежь со старшим поколением людей, живущих по соседству, улучшая их взаимопонимание через диалог между поколениями в процессе познания молодыми людьми прошлого своего региона. Результаты исследований будут демонстрироваться на выставках и презентациях для широкой аудитории.

Ингредиенты

- **Молодежь:** группа молодых людей, которым интересно познавать историю своего региона. Готовность проводить исследования, разговаривая с людьми, и желание делиться полученными знаниями со своими сверстниками и широкой публикой - два основных условия для участия в проекте.
- **Партнеры-взрослые:** взрослый консультант должен знать, каким образом проводятся полевые исследования. Если он (она) обладает знаниями о теме исследований – это можно считать дополнительным бонусом. Партнер-взрослый может быть школьным учителем, профессором университета, историком, сотрудником местного музея, представителем исторического общества и т.д.
- **Партнер-организация:** местный музей, историческое общество, школа, факультет истории в университете — все они могут стать идеальными партнерами. Партнер-организация должна предоставить участникам проекта помещение, где можно будет собираться, проводить тренинги по организации процесса исследования и анализировать собранный материал. Партнер-организация может также помочь в предоставлении тренингов и консультаций по проведению исследований, а также разместить у себя выставку по результатам проекта.
- **Местность** для исследований (деревня, район города и т.д.).
- **Помещение,** в котором можно провести выставку по результатам исследований.

Шаги

Подготовительный этап

1. Определите местность (район, деревню или регион), который вы будете изучать. Размер той территории, которую вы выберете, должен зависеть от количества людей и возможностей вашей группы, а также времени, которое вы готовы посвятить участию в этом проекте. Будет полезно, если к моменту начала исследования у членов вашей группы уже будут контакты, которые вы сможете использовать во время исследования. Используйте все ваши контакты

для определения мест, с которых вы начнете ваше исследование. Может, чья-то бабушка живет заинтересовавшей вас деревне? Может, друг вашей семьи знает интересные факты из истории этого района или города? Партнер-взрослый может также посоветовать, что интересного для исследования можно найти в определенной местности.

2. Определите темы исследований, которые будут интересны всем. Вы хотите узнать о народном творчестве в этой деревне или вам интересно, каким образом Вторая мировая война повлияла на судьбы ее жителей? Вы можете выбрать одно или несколько направлений исследований, но избегайте слишком обширных тем.

Подсказка: полезно взять за основу определенную тему и серьезно заняться ее исследованием. Например, как кулинарное искусство и традиции изменились в одной деревне с появлением новых технологий в приготовлении пищи. Другой подход – проанализировать все, что происходило в конкретном регионе в определенный период времени. Например, какой была жизнь в деревне или в отдельно взятом районе в 1950-е годы.

3. Развивайте ваши исследовательские навыки. Для того чтобы подготовить лучшую выставку о той местности, которую вы выбрали, нужны хорошие исследовательские навыки. Архивные и полевые исследования – это совершенно разные виды деятельности, которые требуют различных навыков. Но оба типа исследований одинаково важны для проекта. Развивайте свои исследовательские навыки через:

- Тренинги по методам осуществления архивных или полевых исследований, проведенных вашим партнером-взрослым.
- Посещение специальных занятий в местном музее или историческом обществе.
- Проведение независимых исследований. В настоящее время существует множество книг и интернет-ресурсов, которые вы можете использовать, чтобы узнать больше о типах и методах исследований.

4. Распределите задачи проекта между членами группы. Эти задачи будут различаться в зависимости от темы и места проведения исследований, но убедитесь в том, что каждый понимает, каких результатов от нее (него) ожидают и в какой срок. Возможные задания могут включать: проведение встреч и интервью, фотографирование, подбор помещения для выставки, координация рекламных мероприятий и т.д. Проведение исследований и сбор информации – это большая и кропотливая работа. Имейте это в виду и распределяйте обязанности поровну.

5. Составьте график проведения работ по проекту. Определите, когда вам лучше работать в архиве и сколько времени вам потребуется для подготовительной работы перед проведением полевых исследований. Если место вашего исследования расположено за пределами города, в котором вы живете, вам, возможно, потребуется несколько дней на подготовку поездки всей группы. Если же область ваших исследований – ваш район или местность, выезд туда всей группы может не понадобиться. Убедитесь в том, что все члены группы понимают, когда

работа должна быть закончена. При подготовке графика обязательно заранее свяжитесь с теми людьми, у которых вы будете брать интервью и договоритесь о времени и дате вашей встречи. Вам также следует подготовиться заранее к работе в архиве, чтобы без проблем получить доступ к необходимым документам.

6. Начните планировать выставку еще до того, как завершите ваши исследования. Свяжитесь с местными музеями, школами и некоммерческими организациями, чтобы узнать, смогут ли они разместить у себя вашу выставку. Прежде чем связываться с этими организациями, подготовьте речь, в которой вы коротко сможете объяснить суть вашего проекта, его важность и возможную пользу/выгоду для организации, к которой вы обращаетесь. На этом этапе вам не обязательно устанавливать точные даты, однако необходимо договориться с организацией, что через некоторое время вы определитесь со сроками и сообщите им. Также обсудите, какого рода выставку было бы интересно разместить в помещении своей организации и на какую аудиторию выставка должна быть рассчитана.

Проведение исследования и подготовка выставки

Как только группа получит основные навыки проведения архивных и полевых исследований, пора переходить к практике.

1. Следуйте составленному вами графику выполнения работ. Идите в архивы – там вы найдете интересные документы с информацией о нужном вам периоде или теме, которую вы решили исследовать. Потом отправляйтесь на место, чтобы опросить людей, с которыми вы договорились об интервью. Это отличная возможность узнать об истории вашего региона и познакомиться с интересными людьми. Представители старшего поколения, скорее всего, будут рады поделиться с вами своими воспоминаниями и знаниями местной истории.
2. Как только вы закончите собирать информацию, вам потребуется проанализировать ее и подвести итоги. Обсудите, каким образом вы можете использовать вклад каждого участника проекта в организации выставки и начните ее подготовку. Вашей группе, возможно, захочется уделить особое внимание каким-то определенным объектам, документам, фотографиям или картам. Нужны ли дополнительные объяснения для их понимания? Можно ли использовать аудиовизуальные материалы? Нужна ли информационная брошюра? У вас есть множество способов подойти к заданию творчески в зависимости от результатов вашего исследования.
3. В дополнение к выставке вы можете посчитать полезным проведение презентаций в школах, общественных центрах и музеях для дальнейшего распространения информации о результатах ваших исследований. Тем участникам группы, которые будут делать эти презентации, стоит заранее их отрепетировать.
4. Продолжите переговоры с теми организациями, которые проявляли интерес к проведению выставки в своих помещениях и согласуйте даты и время.
5. Как только даты выставки определены, начинайте рекламную кампанию. Используйте все возможные места и способы для распространения информации: радио, телевидение, флаеры

и «сарафанное радио». Расскажите друзьям, членам семьи и сверстникам о своем проекте. В любой рекламе указывайте место и время проведения выставки, а также срок ее действия.

Проведение выставки и распространение информации о проекте

1. Организуйте официальное открытие выставки. Пригласите всех тех, у кого вы брали интервью, музейных работников, историков, учителей, молодежь, друзей и членов ваших семей. Попробуйте организовать небольшой фуршет для приглашенных гостей, чтобы дать им возможность пообщаться. В это же время участники проекта могут сделать презентации, которые они подготовили заранее.
2. Проведите ваши презентации в других местах. Такие лекции помогут привлечь больше посетителей на вашу выставку. Учителя и другие гости вашей выставки, возможно, захотят пригласить вас для проведения лекций в их учреждениях или на других мероприятиях.

Повторите весь цикл

1. После проведения первого раунда исследований и выставки – самое подходящее время для обсуждения сильных и слабых сторон вашего проекта. Проанализируйте, что помогло вам достичь успеха и что требует улучшения. Используйте ваш опыт при планировании следующего раунда проекта, чтобы сделать его еще более успешным!
2. Выберите новую территорию/временной период/тему исследования. Распределите задания, составьте график и запланируйте очередную выставку.
3. Привлекайте новых участников в проект. Этим нужно заниматься постоянно на протяжении всего проекта. Все молодые люди вашего города – потенциальные участники вашего проекта. Члены вашей группы должны рассказывать сверстникам о своем опыте в проекте – что было самым интересным и захватывающим при проведении исследования и организации выставки и презентаций. Чем больше последователей у вашего проекта, тем больше вы можете сделать в рамках проекта, тем глубже станут ваши познания об историческом прошлом вашего региона.

Конечный результат

Результатом этого проекта станет, по меньшей мере, одна выставка, посвященная истории вашего города/района. Помимо этого участники проекта получают опыт и знания для проведения исследований, подготовки презентаций и выступления на публике, смогут укрепить взаимоотношения со старшим поколением города, а также узнают о неизвестных им ранее фактах из истории города/региона.

Хотите узнать больше?

Посетите <http://ydcp.irex.ru>

Рецепт проекта «День благодарения»

Описание проекта

Когда добрые дела замечают и признают, растет престиж общественной и благотворительной деятельности. Через участие в этом проекте молодые люди помогают обществу понять необходимость благотворительности и благотворительных мероприятий и способствуют увеличению числа благотворительных проектов и пожертвований. Работая над организацией «Дня благодарения», молодые люди получают опыт проведения PR-кампаний, сбора пожертвований, планирования и подготовки крупного мероприятия. Проект включает в себя тренинги для молодых участников проекта по овладению навыками проведения подобных мероприятий, круглый стол на тему благотворительности с участием местных влиятельных людей и общественности, и мероприятие, посвященное чествованию всех тех, кто пожертвовал средства или участвовал в качестве волонтера в любых социальных или благотворительных мероприятиях за прошедший год.

Ингредиенты

- **Молодежь:** группа молодых людей, которые считают, что важно отмечать и благодарить тех, кто нашел время и средства для развития благотворительности в своем сообществе.
- **Партнеры-взрослые:** куратор-консультант. Лучше всего, если этот человек знаком с историей филантропии и имеет опыт в организации мероприятий. Такой консультант сможет обеспечить помощь и поддержку молодым людям в получении необходимых навыков для реализации проекта.
- **Партнер-организация:** местный благотворительный фонд, который поможет молодым людям выявить тех, кому стоит выразить благодарность, сможет организовать тренинги по разработке и проведению PR-проектов и кампаний, сбору пожертвований и организации мероприятий. Организация также может помочь в установлении связей со СМИ с целью популяризации проекта и освещения его в СМИ.
- **Помещение для встреч:** команде проекта понадобится место, где можно будет встречаться и разрабатывать план кампании и улучшать в этом процессе навыки управления проектами.
- **Доноры,** которых молодые люди будут чествовать и благодарить в ходе кампании проекта.

Шаги

Подготовительный этап

1. Развивайте ключевые организационные навыки у участников команды проекта. Партнер-взрослый и/или партнер-организация должны провести семинары по организации PR-мероприятий, сбору пожертвований, организации и проведению крупных мероприятий. Используя знания и навыки, полученные на семинарах, молодежь проекта спланирует мероприятия по популяризации своей деятельности и мероприятия по сбору пожертвований. Им также необходимо составить список и календарь действий и подготовительных

мероприятий, которые необходимы для организации круглого стола и кампании в благодарность и волонтерам, а также распределить роли и обязанности внутри команды проекта.

2. Определите людей, которых вы будете чествовать и благодарить. Молодые люди будут собирать кандидатуры людей для номинаций, опрашивая организации, группы общественности и население, чтобы на основе этих номинаций организовать благодарственную кампанию. Представители организаций и отдельные граждане могут номинировать другие организации и конкретных людей, которые, по их мнению, заслуживают благодарности и признания за свой вклад в дело благотворительности. Все кандидатуры для номинации нужно внести в файл (Microsoft Word или Excel) или создать базу данных. В дополнение к списку кандидатов молодые люди сами должны провести исследование и найти тех людей, организации и представителей бизнеса, которые будут участниками акции.
3. Популяризируйте ценности благотворительности в общественном сознании. Для того чтобы помочь общественности осознать пользу и ценность благотворительности, молодые люди должны наладить контакт с местными СМИ и создать сборник, который расскажет об истории благотворительности и опыте, существующем в вашем городе. Этот буклет будет предназначен для широкой аудитории. В идеале местные СМИ расскажут о мероприятиях проекта и помогут в распространении брошюры.

Активный этап: круглый стол и «благодарственная» кампания

1. Организуйте круглый стол на тему благотворительности. Команда проекта должна пригласить некоммерческие организации, благотворителей, доноров и широкую публику принять участие в круглом столе для обсуждения ситуации с благотворительностью, а также вопросов продвижения ценности благотворительности в обществе. Это замечательная возможность для взаимодействия, планирования будущих проектов и кампаний. Важно еще и то, что в этом мероприятии молодежь и взрослые принимают участие на равных и могут свободно обмениваться мнениями и идеями. Молодые люди, которые занимаются волонтерской деятельностью, могут прийти на мероприятие в качестве гостей.
2. Определите, кто будет ведущим на обсуждении круглого стола, кого из гостей вы пригласите и попросите выступить, кто будет заниматься логистикой мероприятия, включая кофе-брейк и закуски, оборудование и подготовку зала.
3. Проведите «благодарственную» кампанию. На этом этапе молодые люди выражают благодарность отдельным людям, организациям и бизнесу, которых они включили в списки кандидатов на чествование в «благодарственной» кампании. Благодарность может принять множество форм: благодарственное письмо, личный визит с устной благодарностью, или организация спектакля или концерта. Если возможно, привлеките к этой акции тех, кому эти люди помогли. Если в рамках кампании вы планируете спектакль, концерт или другое зрелищное мероприятие, обязательно позвоните СМИ.

Осмыслите и повторите

1. Подумайте о том, что получилось хорошо во время круглого стола и «благодарственной кампании», а что вы можете в следующий раз сделать оптимальнее. Например, как лучше провести мероприятие.
2. Начните планировать следующее мероприятие. Может, вы кого-то из благотворителей упустили? Подумайте, как вы можете поблагодарить их в следующий раз. Придумывайте новые формы и способы для выражения благодарности спонсорам.
3. Продолжайте продвигать ценности благотворительности и волонтерства. Участники команды проекта должны поговорить со своими сверстниками о том, чему они научились в ходе проекта, и привлечь их для реализации полезных мероприятий.

Конечный результат

Этот рецепт позволит молодежи получить навыки проведения PR-мероприятий, сбора пожертвований, планирования и организации мероприятий и одновременно продвигать ценности филантропии и благотворительности в обществе.

Хотите узнать больше?

Посетите <http://www.raduga.info/>

Рецепт проекта «День журналиста»

Описание проекта

Рецепт проекта «День журналиста» дает молодым людям возможность исследовать те темы, которые их живо интересуют, познавая свое сообщество. Работая в группах, молодые люди сами определяют свою позицию в каждой теме, проводят предварительные исследования, берут интервью и готовят материалы для публикации. И все это – меньше, чем за 24 часа. Статьи могут быть опубликованы в специальном молодежном печатном издании либо в Интернете. После запуска «Дня журналиста» участники проекта могут продолжать свою журналистскую деятельность в Сети, публикуясь в блогах или в других изданиях до объявления следующего «Дня журналиста».

Ингредиенты

- **Молодежь:** группа молодых людей, которым интересно исследовать и критически оценивать все происходящее вокруг них. Интерес к журналистике и фотографии может тоже очень пригодиться. Количество молодых людей в проекте – не ограничено.
- **Партнер-взрослый:** взрослый консультант. Идеальным вариантом будет консультант-журналист или человек с опытом работы в СМИ. Он/она могут обеспечить руководство и помочь ребятам получить необходимые навыки письма, проведения интервью и расследований, а также выпуска готовых материалов для того, чтобы публикации (в печатном или электронном виде) стали успешными.
- **Партнер-организация:** поддержка от местной газеты или другой медийной организации. Лучше всего, если «День журналиста» будет проводиться в сотрудничестве с местными СМИ. Это позволит молодым людям поработать бок о бок с профессиональными журналистами и увидеть своими глазами все, что нужно для того, чтобы публикация состоялась. Взрослый консультант поможет выбрать издание или организацию для сотрудничества. Молодые люди могут и сами напрямую обратиться к известному журналисту, чьи публикации они уважают, и рассказать о проекте. Не обязательно, что все средства массовой информации сразу же захотят сотрудничать с молодежью, но многих этот проект может заинтересовать.
- **Помещение** для встреч команды проекта хотя бы с одним компьютером (лучше больше) и доступом в Интернет. Возможно, у молодых людей возникнет желание встречаться регулярно до самого «Дня журналиста», чтобы обсуждать сюжеты будущих статей или участвовать в тренингах по развитию журналистских навыков. Компьютеры нужны для напечатания статей и их публикации онлайн.
- **Веб-сайт/блог.** Команде проекта необходимо создать общий веб-сайт или блог (в Интернете есть возможность создания бесплатных веб-сайтов) для публикации своих историй и фотографий, созданных как во время «Дней журналиста», так и в промежутках между ними. Каждый участник может вести свой собственный блог, но он должен обязательно содержать ссылку на общий сайт/блог проекта.

Шаги

Подготовительный этап

1. Обсудите все вместе свои идеи. Наш мир переполнен сюжетами для историй, которые могут быть рассказаны молодыми журналистами. Именно поэтому юным журналистам нужно встречаться, чтобы обсудить и найти идеи для своих статей. Не бойтесь расширять границы. Если местная фабрика загрязняет окружающую среду, почему об этом не написать? Как журналист вы можете привлечь внимание и своих сверстников, и общество в целом к вопросам, которые требуют незамедлительного решения. Молодежь тоже может принять активное участие в решении этих вопросов.
2. Распределите роли и обязанности для проведения «Дня журналиста». Решите, кто какие темы будет освещать. Будет ли каждый из журналистов сам делать фотографии к своей статье, или будет отдельный фотограф для всех молодых журналистов? Кто является ключевыми контактами для каждой истории? Постарайтесь договориться об интервью заранее. У команды проекта будет только один день для того, чтобы сделать свою газету. Поэтому, чем больше вы подготовитесь заранее, тем лучше. Определите сроки и назначьте людей, которые будут ответственны за написание статей, фотографии, редактирование, публикацию материалов на сайте, координацию взаимодействия со СМИ и другие задачи.
3. Привлекайте других молодых людей либо для участия в «днях журналиста», либо для работы в проектной команде. Вот несколько способов, как это сделать:
 - Поговорите с друзьями или одноклассниками и расскажите им как здорово быть журналистом.
 - Пообщайтесь с другими профессиональными журналистами и писателями.
 - Продумайте как в нескольких фразах описать этот проект. Как рассказать о трех самых классных моментах вашего участия в нем?
 - Продвигайте работу вашей команды на веб-сайте и через социальные сети (Twitter, Facebook или ВКонтакте).

Мероприятия «Дня журналиста»

1. Распланируйте весь день. Утром все участники мероприятия (юные журналисты, консультант проекта, другие журналисты, если мероприятие начинается в редакции) встречаются в условленном месте (с наличием компьютеров) для того, чтобы договориться о плане на день и скоординировать свои действия. Договоритесь о сроках и убедитесь, что все участники понимают свои роли.
2. Молодым людям необходимо составить список ключевых вопросов для каждого тематического интервью заранее и потренироваться, задавая эти вопросы друзьям или коллегам по проекту. Если вы тщательно подготовитесь к интервью, вам будет проще

внимательно выслушивать ответы и подбирать нужные уточняющие вопросы, чтобы прояснить некоторые моменты во время интервью.

3. Будьте журналистом! Как только вы получили свое задание, идите и выполняйте его! Делайте фотографии, задавайте вопросы, пишите статьи и будьте лучшим журналистом каким вы только можете быть!
4. В назначенное время соберитесь вместе, чтобы работать сообща над финальным вариантом вашей публикации. Это – ключевая часть дня. Вам необходимо решить, как расположить свои материалы (в печати или на сайте). Как вы определите место каждой статьи в публикации? Какие фотографии будут использованы? Каким будет наиболее выигрышный дизайн? Каждый будет играть активную роль в подготовке финального варианта.
5. Опубликуйте результаты вашей работы. Распространите печатные копии и поместите ссылки на выпуск в социальных сетях Facebook или ВКонтакте, на сайте проекта или запустите мини-сообщение в Twitter, учитывая формат (печатный или онлайн) вашего издания.

Дальнейшие действия

1. В промежутках между «днями журналиста» продолжайте писать статьи и делать фотографии. Продолжайте проводить расследования, писать и публиковать новые истории на сайте проекта.
2. Продвигайте свои статьи! Не успокаивайтесь после публикации вашей истории на сайте. Опубликуйте анонс статьи в Twitter. Разместите ссылки на Facebook или ВКонтакте. Дайте почитать друзьям. Вскоре у вас появится группа, которой будет интересно услышать то, что вы можете сказать.
3. Заранее планируйте следующие «дни журналиста». Старайтесь проводить мероприятия ежемесячно. Чем больше вы планируете и делаете заранее, тем проще и легче пройдут сами мероприятия. Подумайте о совмещении «дней журналиста» с какими-то важными событиями города или региона, например, выборами, конференциями или общими праздниками.
4. Ставьте перед собой новые задачи и учитесь на собственном опыте. Стать хорошим журналистом нелегко. Используйте уже доказавшие свою эффективность стратегии и идеи и думайте, как изменить то, что все еще нуждается в улучшении.
5. Привлекайте новых партнеров. По мере того, как вы будете приобретать известность благодаря вашим публикациям на сайте, местных СМИ и социальных сетях, все больше будет находиться организаций, которые захотят с вами сотрудничать, но вам, скорее всего, нужно будет самим сделать первый шаг. Чтобы привлечь к сотрудничеству СМИ или другие организации, вы можете предпринять следующее.
 - Публикуйте и продвигайте результаты вашей работы и ваши истории, чтобы люди знали, что вы делаете.

- Напишите себе «презентацию в лифте». Такая презентация – это краткое выступление, предназначенное для того, чтобы пробудить интерес вашего собеседника к сотрудничеству с вами за то время, пока вы вместе едете в лифте с этажа на этаж. Опробуйте подобные «презентации в лифте» на других участниках проекта и выберите, кто был более убедительным и почему.
- Идите и встречайтесь с журналистами и специалистами, работающими в СМИ. Используйте выбранный вами вариант «презентации в лифте» и определите, готовы ли они работать с вами над организацией и проведением «дней журналиста». Чем больше у вас партнеров, тем легче вам будет провести много интересных мероприятий.

Конечный результат

У вашего проекта появится веб-сайт, наполненный новостями и историями, фотографиями и статьями, написанными во время «дней журналиста». Усилия команды проекта помогут поднять темы, которые могут привести к изменениям в обществе.

Говорят “молодые журналисты”:

«Здорово, что я получила возможность попробовать себя в разных аспектах журналистики».

«Мне стало легче разговаривать с людьми. Мои мысли стали более упорядоченными, и я теперь понимаю, каким образом нужно собирать информацию».

«Я много узнала о том, как писать статьи».

«Участие в проекте дало мне возможность поработать в профессиональной сфере, принять участие в пресс-конференциях и начать издавать газету. Все это было очень интересно, и я получил совершенно новый опыт!»

Хотите узнать больше?

Посетите <http://fondedu.ru/content/view/51/47/>, <http://fondedu.ru/content/view/15/20/>

Рецепт проекта «Жизнь без барьеров»

Описание проекта

Для того чтобы создать органичное общество, в котором молодежь может стремиться к своим мечтам, стереотипы в отношении людей с ограниченными возможностями должны быть разрушены. А кто может лучше научить терпимости, чем те молодые люди, у которых у самих ограниченные возможности? Рецепт проекта «Жизнь без барьеров» дает возможность молодым людям с ограниченными возможностями стать наставниками для своих сверстников и сделать здоровых молодых людей своими союзниками в вопросах терпимости и толерантности. В этом проекте молодые люди с ограниченными возможностями и без них работают вместе плечом к плечу, чтобы продвигать ценности инклюзивного общества и взаимопонимания.

Ингредиенты

- **Молодежь:** молодые люди с ограниченными возможностями играют ведущую роль в этом проекте. Здоровая молодежь, которая заинтересована в продвижении толерантности и разрушении стереотипов, также является необходимым ингредиентом этого рецепта.
- **Партнер-взрослый:** партнер-взрослый нужен в помощь команде проекта для организации уроков толерантности в школах, оказания поддержки и общего руководства во время реализации проекта.
- **Партнер-организация:** в идеале эта организация имеет опыт в продвижении толерантности, работает с молодыми людьми с ограниченными возможностями.

Шаги

1. Привлекайте молодежь с ограниченными возможностями и их здоровых сверстников для участия в проекте в качестве организаторов. (См. рецепт «Привлечение участников» на стр. 74)
2. Обратитесь в школы, которые заинтересованы в проведении семинаров по толерантности, и договоритесь о конкретных датах. Семинары можно проводить во время акций по защите прав людей с ограниченными возможностями или, например, в Международный день защиты прав человека. Впрочем, даты этих семинаров могут и не совпадать с календарными праздниками.
3. Помогите молодым людям с ограниченными возможностями подготовить семинары по толерантности. Во-первых, проведите тренинги по отработке навыков презентации и публичных выступлений для молодых людей с ограниченными возможностями. Такие тренинги позволят им повысить уровень уверенности в себе и обеспечат их необходимыми навыками и знаниями для проведения подобных семинаров. Затем проведите с ними работу по подготовке планов семинаров и уроков. Подумайте, какой формат мероприятия может быть наиболее подходящим для выбранной вами аудитории: лекция, круглый стол и обсуждение, серия вопросов и ответов, сценки, интерактивные упражнения или игры, а также необходимые материалы.

4. Подготовленные участники пойдут в местные школы и проведут семинары по толерантности для своих сверстников и более младших школьников. Молодые люди без ограниченных возможностей узнают, какой жизнью живут молодые люди с проблемами со здоровьем. Пригласите наиболее активных участников вашей аудитории, заинтересованных узнать больше об этой теме, присоединиться к команде проекта для того, чтобы подготовить и провести свои уроки и семинары по толерантности.
5. Поддержите взаимодействие между молодежью с ограниченными возможностями и их здоровыми сверстниками с целью распространения своих знаний по теме толерантности. Молодые люди с ограниченными возможностями и их здоровые сверстники работают вместе, чтобы говорить о толерантности и разрушать стереотипы в обществе. По мере того, как проект будет расширяться, участники будут вовлекать в эту работу все большее количество молодежи, воспитывая новых сторонников, продвигая толерантность и взаимопонимание.
6. Публикуйте информацию о проекте и принципе равных прав для людей с ограниченными возможностями. Как только проект наберет силу, молодым людям – участникам проекта необходимо связаться со СМИ и дать возможность широкой общественности узнать о том, что они делают. Если проект получит достаточно внимания со стороны общественности, молодежь даже сможет повлиять на деятельность местных властей с целью усовершенствования политики в отношении молодежи с ограниченными возможностями.
7. Обратите известность проекта в направленную деятельность по продвижению прав людей с ограниченными возможностями. Для того чтобы эффективно оказывать влияние на структуры власти, принимающие решения, молодые люди должны понимать, какие аспекты политики они хотят изменить и четко артикулировать свои доводы представителям власти. Например, хотят ли молодые люди видеть новые общественные постановления или лучшее исполнение существующих законов для более удобного доступа в школы, в общественный транспорт и публичные места? Чтобы осуществить эти изменения, работайте со СМИ, организуйте встречи и круглые столы с представителями власти, приглашайте на эти мероприятия различных заинтересованных и влиятельных лиц вашего сообщества. Вместе вы сможете решить эти вопросы.

Конечный результат

В результате реализации этого проекта появляется более толерантное общество и формируется политика, которая более дружелюбна к молодым людям с ограниченными возможностями. В дополнение к этому молодые люди с ограниченными возможностями приобретают уверенность в себе, им становится проще общаться со своими здоровыми сверстниками. Здоровые молодые люди становятся более терпимыми и начинают верить в принципы всеобщего равенства.

Хотите узнать больше?

Посетите <http://preodolenie.ucoz.com/>

Рецепт проекта «Молодежный банк»

Описание проекта

У молодежи есть ресурсы и навыки, которые могут быть использованы для помощи обществу, молодые люди всегда полны творческих идей для нужных обществу проектов. Рецепт «Молодежного банка» дает молодым людям знания и организационную структуру для того, чтобы основать банк для финансирования молодежных проектов. Привлекая пожертвования от местного бизнеса, государственных структур, некоммерческих организаций и частных лиц, молодые люди формируют грантовый пул своего банка и проводят конкурсы на получение финансирования для разработанных молодежью своего города проектов, направленных на решение проблем местного сообщества.

Проект «Молодежный банк» имеет три основных фазы (которые при необходимости можно повторять):

- 1) Набор команды проекта и сбор средств в грантовый пул.
- 2) Грантовый конкурс.
- 3) Реализация проектов.

Ингредиенты

- **Молодежь:** группа молодых людей, которые заинтересованы внести свой вклад в развитие общества и среды, в которой они живут. Постоянное стремление учиться новому, в том числе и тому, как «видеть мир за рамками привычного», очень желательная характеристика для потенциального участника проекта. Проект будет работать эффективно, если в команде не менее пяти человек. Но это количество может меняться.
- **Партнер-взрослый:** консультант. Несмотря на то что молодежь – один из ключевых ингредиентов этого рецепта, партнер-взрослый (или консультант) тоже является важным компонентом. Партнер-взрослый может быть учителем, родителем одного из участников проекта, тренером или лидером молодежной организации. Его основная роль - обеспечивать команде проекта поддержку, помогать налаживать контакты и развивать навыки привлечения ресурсов, организации грантовых конкурсов и отслеживания результатов проектов, поддержанных Молодежным банком. В идеале у партнера-взрослого должен быть хотя бы небольшой опыт управления и реализации грантовых проектов.
- **Партнер-организация:** организация с опытом выделения и мониторинга небольших грантов, например, местная некоммерческая организация, фонд или муниципальная организация могут быть партнерами проекта. Кроме опыта работы с финансовыми документами и актуальными знаниями юридических требований по работе с грантами партнер-организация должна иметь хорошую репутацию в местном сообществе и разработанную сеть потенциальных доноров и членов отборочной грантовой комиссии. Партнер-организация также должна предоставить основное помещение для работы команде проекта, желательно оснащенное компьютерами с доступом к сети Интернет.

- **Активы:** для того чтобы выдавать гранты, Молодежному банку нужно иметь финансирование от местных органов власти, бизнеса, некоммерческих организаций и частных лиц. Пропорции финансирования от этих структур могут быть различными, но привлеченные средства (активы) – это ключевой ингредиент для успешной работы Молодежного банка.
- **Эксперты-взрослые,** которые будут оценивать проекты в экспертной комиссии конкурса грантов. Найдите от трех до пяти таких людей для отбора лучших проектов. Они могут быть донорами и/или другими заинтересованными лицами в проекте.

Ингредиенты по желанию

- **Организационный комитет:** комитет должен включать члена Молодежного банка, представителей местной власти, бизнеса и некоммерческих организаций, учителей. Комитет может помочь обсудить и выбрать возможные варианты поиска финансирования, популяризации и продвижения грантовых конкурсов, а также обеспечить общее руководство и поддержку.
- **Веб-сайт:** создание сайта поможет продвижению проекта и привлечению новых людей в проект.

Шаги

Подготовительный этап

1. Определите миссию вашего банка. Основная команда проекта должна встретиться, чтобы обсудить и утвердить цели банка. Начать можно со следующих вопросов: Какого размера гранты вы будете выдавать? Сколько проектов вы хотели бы поддержать на протяжении первого раунда? Какое количество средств вы хотели бы привлечь? Желаете ли вы выделить особые категории проектов (спортивные и оздоровительные проекты, экологические проекты и проекты помощи детям-сиротам, и т.д.)? Чем больше конкретной информации о Молодежном банке, его задачах и ожидаемых результатах вы подготовите, тем легче будет убедить доноров поддержать ваш проект. Поставьте перед собой конкретную задачу по привлечению ресурсов (например, привлечь \$1000, чтобы профинансировать 5 маленьких проектов по \$200 каждый) и поделитесь этой информацией с потенциальными донорами, чтобы они понимали, каким образом их финансовая поддержка поможет вам достичь результата.
2. Определите график окончания стартового этапа проекта и определите роль каждого «сотрудника банка» в проекте. Количество ролей зависит от количества членов банка. Возможные позиции могут включать: президента, вице-президента, менеджера по связям с общественностью и коммуникациям, менеджера по привлечению ресурсов.
3. Найдите поддержку у местных властей, бизнеса, некоммерческих/неправительственных организаций и частных лиц. В идеале такая поддержка должна быть двусторонней: финансовая и в натуральной форме (когда спонсоры или доноры могут предложить

расходные материалы, свое время, помещение и т.д.). Пропорции поддержки из разных секторов не играют большой роли.

4. Концепция «Молодежного банка» может быть новой для людей, к которым вы обращаетесь за поддержкой. Познакомьтесь с опытом других Молодежных банков, которые, к примеру, работают в Тольятти и Петрозаводске (смотрите контакты внизу рецепта), чтобы на их достижениях и успехах продемонстрировать, как работает эта идея на практике. Будьте готовы объяснить ваши цели по созданию Молодежного банка как можно конкретнее.
5. Пригласите потенциальных доноров или их представителей (сотрудников организаций или компаний, которые дают средства для проекта) принять участие в работе отборочной комиссии. Таким образом они могут сами участвовать в принятии решения о том, какие проекты будут финансироваться.
6. Взаимодействовать с потенциальными донорами непросто, и лучший путь избавиться от неуверенности себе – больше практики. Вот несколько полезных советов.
 - Определите список людей, организаций, государственных структур и фирм, к которым вы хотите обратиться за финансовой поддержкой. Есть ли у кого-то из вашей группы знакомые среди потенциальных доноров? Если да, обратитесь к ним! Решите, кто будет встречаться и с кем из намеченных контактов и составьте график встреч, презентаций, повторных визитов и звонков.
 - Разработайте план коммуникаций. Для того чтобы убедить людей дать вам деньги, необходимо четко и кратко объяснить, что вам нужно. План коммуникаций позволит вам это сделать. Продумайте, как вы можете донести свое сообщение разным категориям доноров. Ваше «послание» к представителям местной власти будет отличаться от обращения к представителям крупного бизнеса. Обсудите с членами своей команды, почему именно этот человек, организация или бизнес должны дать вам денег. Затем напишите «речь в лифте» для поиска поддержки от разных источников в различных сферах. «Речь в лифте» - это краткая презентация (речь), с помощью которой вы сможете успешно убедить своего собеседника поддержать ваш проект за то время, пока лифт едет с этажа на этаж. Отрепетируйте свои «речи в лифте» с коллегами по проекту и определите, чья речь наиболее убедительна.
 - Идите и собирайте средства! Будьте уверены в себе, на встречи приходите вовремя, одевайтесь по-деловому и приносите с собой всю нужную информацию, например, описание целей и задач вашего банка или краткую информацию о проекте.
7. Постоянно привлекайте в проект новых молодых участников. По мере того, как ваш банк будет становиться более успешным и будет расширяться, вам потребуется больше участников в проекте. Привлечение новых участников в проект – это процесс, который должен продолжаться на протяжении всего проекта. Вот несколько рекомендаций как это сделать.

- Участники проекта должны рассказывать о проекте своим сверстникам, одноклассникам и одногруппникам и поделиться своими впечатлениями о том, как здорово быть частью Молодежного банка.
- Используйте элементы «речи в лифте», предлагайте молодым людям присоединиться к вашему проекту (кстати, если они захотят вложить деньги – это тоже хорошо!).
- Используйте возможности социальных сетей Facebook или ВКонтакте. Создайте странички вашего банка в этих сетях и поместите ссылку на ваш сайт.

Этап грантового конкурса

1. Определите, сколько денег вам нужно для проведения первого раунда проектов. Решите, сколько проектов вы сможете профинансировать и на какую сумму. Если вы привлекли в проект запланированное количество средств, вы можете реализовать максимальное число проектов с запланированными суммами финансирования. Если вы смогли привлечь сумму меньше того, что вы планировали изначально (что может произойти, поскольку привлечение ресурсов – это достаточно трудная задача и требует опыта!), определите, сколько проектов вы сможете профинансировать при наличии той суммы, которую собрали.
2. Разработайте критерии конкурса. Будете ли вы разрабатывать категории для проектов? Определите сроки подачи заявок и принятия решения по финансированию проектов. Убедитесь, что вы предоставляете потенциальным конкурсантам достаточно времени для того, чтобы качественно написать заявки, а комиссии – для того, чтобы отобрать лучшие проекты. Какими должны быть общие цели конкурсных проектов? По каким критериям отборочная комиссия будет оценивать проекты? Эта информация должна быть обязательно опубликована вместе с объявлением конкурса.
3. Разработайте заявку на конкурс грантов. В нее необходимо включить следующие разделы: имя и контактная информация человека или группы, подающего/-ей заявку; идея проекта и его цель (какие проблемы общества он поможет решить); где и когда будет реализован проект и бюджет проекта.
4. Решите, как вы будете собирать заявки. В электронном виде? Лично, в офисе вашей организации? И то, и другое?
5. Создайте план продвижения конкурса. Каким образом вы о нем объявите? Онлайн (ваш сайт, ВКонтакте, Facebook), радио, телевидение, постеры? Для того чтобы донести информацию до большего количества людей, стоит использовать одновременно различные способы.
6. Свяжитесь с членами отборочной комиссии и сообщите им, что скоро вам будет нужна их помощь. Представьте им всю необходимую информацию: когда и где они должны быть. Найдите помещение, в котором встретятся члены комиссии (возможно, в вашей организации). Организуйте кофе/чай, печенье или бутерброды для этой встречи.

7. Запустите конкурс. Это этап, когда все ваши усилия будут оплачены. Вам удалось привлечь в проект достаточно денег, и сейчас вы можете поддержать самые интересные молодежные проекты. Начните выполнение вашего плана продвижения и распространяйте информацию о конкурсе как можно шире. Возможно, у потенциальных кандидатов возникнут вопросы по заполнению анкеты и им понадобится ваша помощь. Подумайте, сможете ли вы организовать с ними встречи и «часы открытых дверей» в вашей организации, чтобы рассказать о конкурсе, раздать анкеты и ответить на вопросы. Подумайте о том, какие вопросы могут возникнуть, и заранее подготовьте ответы.
8. Проведите заседание отборочной комиссии. Члены комиссии должны изучить заявки, оценить их и выбрать победителей согласно тем критериям, которые вы разработали. В отборочной комиссии могут принять участие как взрослые эксперты, так и молодежь.
9. Объявите победителей конкурса. Обязательно донесите эту информацию до доноров и общественности. Если возможно, проведите церемонию награждения, пригласите спонсоров и СМИ.

Этап реализации проектов

1. Подпишите соглашения, распределите средства и позвольте победителям начать реализовывать свои проекты. Партнер-взрослый и партнер-организация могут помочь в разработке базовых текстов соглашений о гранте и форме отчета. Организуйте встречи с победителями конкурса, чтобы объяснить им, как заполняются документы и каким образом будут отслеживаться расходы по проекту. Также вы должны четко объяснить грантополучателям, как и когда они должны представить отчеты по реализации проекта и использованию средств. Доноры захотят убедиться, что их пожертвования потрачены на заявленные цели.
2. Проводите мониторинг мероприятий выигравших организаций. Посетите эти мероприятия и сделайте фотографии, возьмите интервью или снимите интересные моменты на камеру (этот материал можно великолепно использовать в рекламной кампании следующего раунда). Соберите краткие отчеты о проектах. Убедитесь, что они сделали именно то, что планировали.
3. Поделитесь успехами проектов Молодежного банка с донорами и общественностью. Опубликуйте информацию онлайн и попытайтесь убедить СМИ осветить мероприятия банка. Подумайте о проведении церемонии или встречи, во время которой победители конкурса смогут поделиться результатами своей деятельности с донорами и широкой общественностью.

Повторите цикл

1. На этой стадии вы уже успешно завершили следующие раунды: привлечение ресурсов, проведение конкурса, раздача грантов и мониторинг проектов. Кроме этого, вы научились проводить PR-кампании. Теперь пришло время осмыслить заверченный цикл. Что получилось хорошо, а что можно улучшить в следующем раунде? Определите новые задачи и, возможно, внесите изменения в обязанности участников.

Конечный результат

Молодежный банк может поддержать любое количество проектов. Это количество зависит от объема финансирования, которое вы привлечете, и размера самих проектов. Хорошим результатом для первого раунда считается 10 поддержанных проектов с суммой финансирования в 2000 руб. каждый. Но опять же, результат зависит от изначального количества ингредиентов.

Подсказки и советы

Даже лучшие из молодежных проектов переживают незапланированные трудности. Вот несколько подсказок для решения этих проблем:

Если мероприятия по привлечению ресурсов идут не так хорошо, как вы планировали:

- Выберите проекты, которые вы хотите профинансировать, и представьте их потенциальным донорам – «продайте» им конкретные проекты, а не абстрактную идею «Молодежного банка».
- Смените угол зрения в поиске потенциальных доноров. Не ходите от двери к двери по центральной улице вашего города в попытках привлечь бизнес.
- Попробуйте самостоятельно привлечь деньги — ваша группа может продавать за небольшую цену изделия, изготовленные своими руками (например, печенье или пироги), или предложить какие-то услуги (например, мыть машины, помогать в ремонте или нянчить детей) в обмен на пожертвования. Эти мероприятия также будут служить хорошей рекламой вашему банку.

Опыт координатора «Молодежного банка»

«Мы были приятно удивлены, увидев, что почти все участники конкурса «Молодежного банка» заинтересованы реализовывать проекты, которые могут принести пользу обществу. Среди них очистка парка, помощь пожилым гражданам или другим уязвимым группам населения. Это помогло нам осознать, что молодежь в нашем регионе действительно заинтересована в том, чтобы изменить жизнь не только свою, но и жизни других людей вокруг себя» (Михаил Огнев, координатор петрозаводского проекта «Молодежный банк»).

Хотите узнать больше?

Посетите

- «Молодежный банк Тольятти»: <http://www.yb.fondtol.org>
- «Молодежный банк Иркутска»: <http://irkmb.my1.ru/>
- «Молодежный банк» Петрозаводска»: <http://www.mbank.kmolodegi.ru/home>

Рецепт проекта «Молодежный голос»

Описание проекта

Молодежь – это наше будущее, но, к сожалению, взрослые не всегда прислушиваются к их голосу. Этот рецепт описывает шаги, которые нужно предпринять молодым людям для того, чтобы собрать мнения сверстников путем проведения опросов и исследований, а потом представить свои результаты местным руководителям и тем, от кого зависят изменения в жизни молодежи. С помощью тренинга и при поддержке профессиональных социологов молодые люди смогут создать и провести собственные исследовательские проекты на темы по своему выбору. Молодые люди – участники проекта научатся быть лидерами и привлекать внимание взрослых, ответственных за принятие решений, к точке зрения молодежи на те или иные проблемы в обществе.

Ингредиенты

- **Молодежь:** группа студентов, которые специализируются в социологии или изучают социологию в качестве одного из основных курсов и понимают основы этой науки. Знания в области статистических исследований, выборки и создания опросов очень важны.
- **Партнеры-взрослые:** один или несколько взрослых консультантов. Хотя молодежь играет ведущую роль в этом проекте, консультации с профессиональным социологом по вопросам создания опросов и анализу полученных данных будут необходимы. Профессора или другие эксперты предоставят профессиональный анализ и обеспечат авторитетность проекта.
- **Партнер-организация:** партнерская организация предоставит помещение для встреч и поможет подобрать хорошего консультанта. Идеальным источником поддержки может стать факультет социологии университета, государственная или некоммерческая организация, которая занимается социальными или социологическими исследованиями.

Дополнительные ингредиенты:

- **Молодые люди:** участники опросов. Каждый опрос требует выборки (группы, на основе опроса которой проводится исследование), поэтому молодежь является ключевым ингредиентом. Без их участия вы не сможете собрать необходимые данные!
- **Доступ к тем людям,** которые принимают решения. Команде проекта придется много работать, чтобы собрать, проанализировать и описать результаты опроса, которые будут предоставлены тем взрослым, кто оказывает непосредственное влияние на жизнь молодежи. Этими людьми могут быть представители власти на местном, региональном и федеральном уровне, сотрудники молодежных организаций и представители администраций учебных заведений.
- **Место для встречи:** команде проекта будет нужно помещение для проведения тренингов, развивающих навыки организации социологических опросов и исследований, а также для обсуждения предстоящих мероприятий, анализа проведенных исследований и подготовки

отчетов или презентаций. В этом помещении должны быть компьютеры для работы и доступ в Интернет.

Необязательные ингредиенты

- **Веб-сайт:** Веб-сайт может стать дополнительной, рассчитанной на более широкую аудиторию площадкой для размещения результатов опроса. В зависимости от выбранного метода проведения опроса команда проекта может собирать через веб-сайт необходимые данные. С помощью сайта можно привлекать новых участников в проект или публиковать результаты деятельности проекта.
- **Ассистенты:** студенты университета могут также привлечь школьников к работе в проекте. Школьники могут проводить опросы своих сверстников и таким образом получать базовые знания о социологии и базовые навыки проведения интервью. Студенты университета в свою очередь получают навыки наставничества и передачи основ социологических знаний школьникам, а также смогут собрать и проанализировать мнения школьников.

Шаги

Подготовительный этап

1. Соберите идеи для потенциальных опросов. Постарайтесь сконцентрировать ваше внимание на тех вопросах, где голос молодежи недостаточно принимается во внимание или на тех проблемах, которые непосредственно касаются молодых людей. Возможно, вы захотите проконсультироваться по этому поводу с молодежными организациями в вашем районе или городе. Например, одна проектная команда по заказу местного молодежного центра провела опрос о том, чем молодые люди хотели бы заниматься после учебы. По результатам опроса молодежный центр изменил свою деятельность, чтобы соответствовать интересам молодежи. Такого рода взаимодействие усиливает значимость социальных исследовательских проектов, позволяя им оказывать реальное влияние на жизнь молодежи.
2. Если вы решили привлечь к вашему проекту школьников, договоритесь с учителями, директором школы или другими специалистами о том, чтобы они помогли вам наладить контакты с молодежными клубами и центрами, где собираются эти подростки. В идеале подобные центры для подростков помогут вам подобрать небольшую группу помощников и предложат место, где вы сможете провести для школьников необходимый тренинг по проведению опроса.
3. Улучшайте свои навыки проведения социологических исследований. Уровень знания социологии у членов вашей команды может быть разным, но тренинги будут полезны всем. Ваш консультант или эксперт в области социологических исследований должен провести для вас несколько тренинговых сессий. Эти тренинги должны быть посвящены следующим темам: методология проведения опросов, анализ собранных данных и презентация результатов.

Подсказка: включите в программу тренингов «освежающие» тренинги, которые будут проводиться в течение всего хода проекта, а также выберите дополнительные темы, которые

будут отвечать интересам всех членов вашей команды (вы это можете выяснить, разработав для самих себя мини-опрос по желательным темам).

4. Определитесь с окончательным вариантом плана для проведения первого опроса. Какой будет тема? Кого вы будете опрашивать (выборка)? Как вы выйдете на этих людей? Планируйте встретиться с этими людьми в привычных для них местах. Идите в молодежные центры, клубы, интернет-кафе и т.д. Это тот случай, когда участие более молодых помощников обязательно окупится. Насколько велика будет выборка? Какую методологию вы будете использовать? Определите конкретный срок для сбора информации. Еще один важный момент на этом этапе – четко закрепите роли за каждым участником проекта. Кто за что отвечает?

Проведите опрос и проанализируйте его результаты

1. Пришло время реализовывать ваш план проведения опроса и применять ваши усовершенствованные исследовательские навыки? Начинаяте опрос!
2. Проанализируйте полученные данные. Что вы узнали? Вас что-то шокировало или удивило? Что означают эти данные для более широкой общественности и для молодежной политики? Проанализируйте данные с точки зрения того, как они будут полезны молодежи, широкой общественности, заинтересованным взрослым.
3. Напишите отчеты и подготовьте презентации для того, чтобы рассказать о ваших «находках». Подумайте о ваших целевых группах и о том, как наилучшим образом вы сможете донести до них эту информацию.

Поделитесь тем, что «нашли»

1. Если у вас есть веб-сайт, разместите результаты онлайн и сообщите людям, где они могут их найти. Разместите ссылки на эту информацию в социальных сетях (Twitter, Facebook, или ВКонтакте).
2. Отправьте отчеты тем взрослым, кто может быть заинтересован в этой информации: представителям власти, общественным деятелям, родителям – всем тем, кто принимает решения, влияющие на жизнь молодежи. Дайте им понять, что вы будете рады сделать презентацию по этому материалу, а также ответить на все их вопросы.
3. Сообщите о ваших результатах местным СМИ. Предложите написать статью о ваших исследованиях или дать интервью. Привлечение СМИ очень поможет раскрутке вашего проекта и его известности.
4. Ищите возможности представить результаты вашей работы на конференциях, круглых столах или других мероприятиях. Если вы получите чрезвычайно позитивные отклики и/или повышенный общественный интерес к вашему проекту, будет неплохо организовать мероприятие, на котором вы сможете представить свои результаты и инициировать обсуждение их. Это ваш шанс сделать так, чтобы ваш голос был услышан и повлиял на принятие решений, которые касаются молодежи.

5. Не ограничивайтесь распространением результатов своей работы через привычные каналы. Рассказывайте о них за чашкой кофе с приятелем, во время обсуждений на занятиях в университете и в любое другое время, когда вы почувствуете, что можете упомянуть об этом в разговоре.

Повторите весь цикл

1. Проанализируйте что было сделано хорошо во время проведенного вами опроса (от его планирования до публикации результатов) и что вы могли бы сделать лучше. Воспользуйтесь этим опытом, чтобы следующий раунд провести еще успешнее.
2. Составьте список интересных тем для следующего опроса, выберите всей группой новую тему, после этого разработайте опрос.
3. Найдите новых участников команды. Для этого вы можете:
 - Поговорить с друзьями, одноклассниками и ровесниками; рассказать им, как здорово высказывать свое мнение и одновременно с этим получать профессиональные навыки проведения исследований и интервью.
 - Пообщаться с другими студентами с социологического факультета или со студентами, которые прошли курс социологии в рамках другой специальности.
 - Продумать как в нескольких фразах описать этот проект. Как рассказать о трех самых классных моментах вашего участия в проекте?
 - Рассказывать о вашей команде и проекте в социальных сетях и на вашем сайте.
4. Налаживайте новые связи с государственными структурами, бизнесом и организациями. Как только они увидят результаты вашей работы после первого опроса, они могут заинтересоваться проведением исследований для нужд своих организаций. Это отличная возможность! Если они сами не обратятся к вам, не стесняйтесь, идите к ним и пытайтесь понять, могут ли эти люди помочь решить вопросы, касающиеся молодежи.
5. Продолжайте совершенствовать социологические навыки и знания вашей команды. Как только вы почувствуете себя уверенно в использовании определенных методов (вопросник, например), попробуйте другие методы (например, проведите фокус-группу). Чем больше методов вы будете использовать для исследования проблемы, тем более интересные результаты вы получите.

Конечный результат

Этот рецепт поможет собрать и провести сравнительный анализ взглядов молодых людей, который может быть очень ценным для общества в целом. Молодежь сможет напрямую влиять на принятие решений, касающихся молодежной политики. В дополнение к этому команда проекта, их друзья и помощники получают профессиональные навыки в проведении социальных исследований. Местные власти, организации и бизнес смогут учесть полученные данные при принятии решений по молодежным вопросам. С вашей помощью молодежный голос будет услышан!

Говорят участники

«Благодаря участию в этом проекте я стала более внимательной и добросовестной в своей работе. В проекте я получила опыт решения нестандартных вопросов и возможность посмотреть на привычные вещи с необычной точки зрения. Проект помог мне вырасти». (Татьяна, участница из Петрозаводска)

«Участие в проекте дало мне невероятное количество опыта в работе с другими людьми, в планировании мероприятий и проведении презентаций. Работа в проекте помогла мне улучшить навыки организации и проведения социологических исследований, критического мышления и управления своим временем». (Алена, участница из Петрозаводска)

Хотите узнать больше?

Посетите <http://molgolos.ucoz.ru>.

Рецепт проекта «Молодежь на сцене»

Описание проекта

Многие молодые люди мечтают об актерской карьере, но театр может принести не только развлечение и признание. Следуя рецепту проекта «Молодежь на сцене», молодые люди смогут использовать театр для начала диалога и приобщить своих сверстников к живому обсуждению интересующих их вопросов. Участники проекта также усовершенствуют свои актерские навыки, отработают приемы успешных публичных выступлений и разовьют уверенность в себе. У этого рецепта две версии: 1) театр импровизации и 2) постановка по написанному заранее сценарию.

Ингредиенты

- **Молодежь:** группа, по меньшей мере, из пяти молодых людей, заинтересованных при помощи приобщения к театральному искусству исследовать вопросы, интересующие современную молодежь. Творчество, интерес к актерской профессии и понимание проблем молодежи в обществе – все это важные качества для участников проекта.
- **Партнер-взрослый:** консультант – предпочтительнее с опытом или знанием театрального искусства, или желанием этому научиться. Партнер-взрослый может дать совет по актерской игре, включая приемы техники импровизации, написанию сценария и другим аспектам театральной постановки, а также помочь найти помещение для показа. В зависимости от версии проекта (театр импровизации или работа по готовому сценарию) найдите партнера-взрослого с опытом или интересом именно к этому типу постановки.
- **Психолог или социальный работник** – для ведения группового обсуждения после спектаклей. Постановки молодежного театра заставляют зрителей задуматься о важных вопросах и вовлечь их в серьезные дискуссии по выбранным темам. Поскольку многие из вопросов, поднимаемых молодежным театром (профилактика ВИЧ/СПИДа, жестокость в семье, проблема самоубийств, наркомания и др.) могут быть встречены неоднозначно, психолог или социальный работник должен присутствовать на обсуждениях, чтобы вести дискуссию, отвечать на вопросы и снимать напряжение в зале.
- **Партнер-организация:** организация, например, школа, университет, НКО или местный театр должны предоставить помещение для регулярных встреч и репетиций. Чем больше группа будет репетировать и общаться, обсуждая происходящее на сцене, тем более жизненными и реалистичными будут выступления. В идеале помещение должно быть доступно несколько раз в неделю (самый минимум – раз в неделю), в нем должно быть достаточно пространства для репетиций постановок.
- **Помещение для спектаклей** и публика. Подумайте о местах, где можно встретить наибольшее количество молодежи. К таким местам можно отнести школы, университеты и колледжи, молодежные организации, детские дома и т.д. Подумайте, сможете ли вы подготовить представление для определенного места и аудитории, принимая во внимание особенности публики и ее возраст. Скорее всего вам подойдут такие учреждения, как детский дом, университет или средняя школа.

Необязательные ингредиенты

- **Спонсоры.** Хотя постановки необязательно требуют дорогих декораций или костюмов, вам, возможно, нужно будет купить дополнительный реквизит и аксессуары. В некоторых случаях есть реальный шанс найти поддержку у бизнеса, власти и некоммерческих организаций.

Шаги

Подготовительный этап

1. Узнайте, что такое театр импровизации. Партнер-взрослый может самостоятельно провести занятия или помочь найти специалиста, который научит команду основным приемам.
2. Отработайте на практике навыки импровизации. Чем больше вы репетируете и взаимодействуете в группе, тем лучше будет качество ваших постановок и с тем большей уверенностью вы будете чувствовать себя на сцене.
3. Обсудите всей группой и выберите темы для постановок. Это должны быть проблемы, с которыми молодежь вашего города постоянно сталкивается. Выберите такие темы, которые обычно не обсуждаются в классных комнатах, но молодежь о них знает и хочет их обсуждать. Примерные темы могут включать следующие: употребление наркотиков и алкоголя, ВИЧ/СПИД, безопасный секс, взаимоотношения с родителями и т.д.
4. Используйте выбранные вами темы, когда будете отрабатывать технику импровизации. Придумайте персонажи и общее направление развития сценария или схему взаимоотношений, которая будет связана с темой постановки. Хотя каждая постановка будет разной, поскольку это импровизация, сильные, реальные персонажи просто необходимы. Подумайте, какие вопросы вы хотели бы предложить публике для обсуждения после спектакля. Будет ли это конкретное «послание», которое они унесут с собой? Как вы им сообщите это «послание»? Какие взаимоотношения между героями, каковы их мечты и интересы, с какими препятствиями они сталкиваются на пути к своей цели? Если вы не чувствуете себя достаточно уверенными в импровизации, вы можете написать сценарий своей будущей постановки.
5. Подготовьте брошюру с информацией по выбранной вами теме(ам) постановки и раздавайте ее зрителям. Во время представлений вы предложит зрителям серьезные вопросы для обсуждения, а после представления обсудите их. Брошюра поможет усилить восприятие и обучение, а также даст вашей аудитории ресурсы для последующих действий по тем вопросам, которые вы поднимаете. Например, постановка на тему ВИЧ/СПИДа может сопровождаться брошюрой, в которую будут включены:
 - факты о ВИЧ/СПИДе (как передается, сколько людей в мире и России живут с ВИЧ и т.д.);
 - список мест, где можно сделать тест крови на ВИЧ/СПИД;

- контакты организаций, работающих в сфере профилактики СПИДа и поддержки инфицированных (включая местные организации);
- предложения возможных действий для зрителей: «Расскажите моим друзьям и близким, как позаботиться о своей защите», «Поправьте моих сверстников, если они распространяют недостоверную информацию о людях с ВИЧ или о том, как он передается», «Организируйте день борьбы со СПИДом в моей школе», «Защити себя, избегая рискованного поведения».

6. Найдите места, где вы можете выступить:

- подберите подходящие помещения для выступления и найдите людей, от которых зависит получение разрешения на показ спектакля в этом месте. Идеальными станут места, где молодежь бывает чаще обычного, – это школы, молодежные организации, детские дома т.д. Ваш партнер-взрослый или партнер-организация могут поделиться нужными контактами;
- подготовьте информацию о вашем проекте. Подготовьте несколько вариантов для различных категорий людей. Например, если вы идете в школу, то ваша краткая презентация должна четко и убедительно показать, почему труппа должна показать свою постановку именно здесь и каким образом это станет дополнением к образовательному процессу в данной школе. Необходимо тренировать свои презентации друг на друге и помочь товарищам подготовить убедительные презентации своего проекта;
- продемонстрируйте свою презентацию партнеру-взрослому, учителю или вашему контакту из местной школы;
- определитесь со списком подходящих помещений для постановок и найдите контактную информацию людей, от которых зависит получение разрешений. Теперь вы готовы идти к ним со своей презентацией.

Представление

1. Вот и пришло время использовать все ваши навыки и знания на практике и выйти на сцену! Выступите со своим представлением. Актеры должны сжиться со своими персонажами еще до спектакля, чтобы зрители не думали о том, как вы играете.
2. Оставайтесь в образе, пока психолог ведет обсуждение с публикой после окончания спектакля. На этой стадии психолог должен организовать диалог между зрителями и актерами. Зрители будут давать вам советы и задавать вопросы. Ведите диалог со зрителем от лица вашего героя.
3. Представьте себя как актер. Публика может удивиться, что все время обсуждения вы были в образе.
4. Распространяйте брошюру и набирайте новых участников.

Повторите цикл

1. Обсудите постановку. Подумайте о том, что было хорошо, а что могло бы быть лучше. Воспользуйтесь этим анализом, чтобы усовершенствовать последующие выступления. Обсуждайте постановку всей группой после каждого выступления.
2. Обсудите и выберите новые темы, напечатайте новую брошюру и найдите новые места для ваших постановок (если необходимо). Чем больше вы будете выступать, тем больше у вас будет последователей и поклонников, а поиск новых сцен станет проще.
3. Продолжайте привлекать новых участников в проект. Молодые люди – участники проекта должны рассказывать своим друзьям и ровесникам о том, как здорово быть частью театральной труппы. Активно привлекайте участников из числа зрителей, которые были наиболее заинтересованы во время ваших представлений и обсуждений.

Конечный результат

Результатом этого проекта будут постановки, которые вовлекают сверстников в обсуждение серьезных, часто закрытых для обсуждения проблем, с которыми сталкивается молодежь, предоставляя им дополнительную информацию и варианты действий. Молодые участники проекта получают навыки публичных выступлений и актерского мастерства, а также развивают уверенность в себе.

Опыт участников

«Через импровизацию вы можете привлечь внимание более молодой аудитории к серьезным вещам». (Артем)

«Студентам, которые приходят на наши постановки, очень интересно, поскольку у них есть возможность самим поучаствовать в постановке через взаимодействие с героями пьесы и задать им вопросы. Они начинают участвовать и осознают, насколько круто иметь возможность обсудить собственный опыт и подобные вопросы. Они становятся более открытыми». (Юлия)

Хотите узнать больше?

Посетите <http://ydcp.irex.ru>

Рецепт проекта «Молодежный центр карьеры»

Описание проекта

В современной экономической ситуации молодым людям очень непросто найти работу. Хорошая подготовка к интервью и полезный совет от профессионала будут неоценимы в процессе поиска работы-мечты. Рецепт создания «Молодежного центра карьеры» расскажет, как молодые люди могут организовать ресурсный центр, который поможет их сверстникам приобрести необходимые навыки и обеспечит поддержку в процессе поиска работы. Участники проекта будут сотрудничать с местными работодателями, чтобы понять их запросы в рабочей силе. Зная это, молодые люди смогут дать рекомендации студентам о том, как стать конкурентоспособными кандидатами на рынке труда. Таким образом, Молодежный центр карьеры создает обоюдовыгодные ситуации, когда мотивированные студенты, ищущие работу, встречаются с работодателями, которым нужен квалифицированный персонал.

Ингредиенты

- **Молодежь:** группа студентов университета или колледжа, которые хотят помочь самим себе и своим сверстникам найти хорошую работу после окончания учебы. Им нужно быть активными, заинтересованными в том, чтобы помочь своим сверстникам-студентам. Понимание тенденций местного рынка труда, желание взаимодействовать с бизнесом и потенциальными работодателями – очень полезные качества для участника этого проекта.
- **Партнеры-взрослые:** консультант, обеспечивающий руководство и поддержку на всем протяжении проекта. Он или она поможет найти бизнес-партнеров для проекта и провести тренинги по профессиональному развитию. В идеале этот человек должен иметь знания о рынке труда и иметь опыт в области развития человеческого потенциала и профессионального роста.
- **Партнеры-организации:** целевая аудитория Центра – студенты и молодежь, поэтому необходимо, чтобы партнерская организация работала с молодежной аудиторией. Университет или колледж, местный центр занятости молодежи или молодежная некоммерческая организация – вот несколько вариантов организаций-партнеров. Партнерская организация может предоставить для центра помещение, которое будет удобно для молодежи.
- **Партнеры-компании.** Бизнес и представители других структур – потенциальных работодателей – ключевые ингредиенты этого рецепта, поскольку цель проекта – соединить молодых людей и потенциальных работодателей.
- **Группа профессиональных наставников.** Молодежный центр карьеры будет иметь преимущества от наличия группы наставников, которые помогут соединить молодых людей и потенциальных работодателей, предложат тренинги по отработке навыков прохождения интервью и на другие темы по карьерному росту, а также приведут в проект других специалистов по развитию карьеры.

- **Книги и онлайн-ресурсы** по вопросам написания резюме, развитию навыков прохождения интервью и общим советам по поиску работы.

Шаги

Первые два этапа этого рецепта, создание Центра и информационная поддержка и тренинги, должны помочь запустить работу Центра. Третий этап – стажировка и устройство на работу могут начаться только тогда, когда Центр уже успешно работает.

Подготовительный этап: создание центра

1. Исследуйте рынок труда в вашем городе и проанализируйте информацию, которую вы получили. Чтобы давать полезные советы в области развития карьеры, вам нужно знать о предложениях на рынке труда, о том, чего хотят работодатели и о важных тенденциях на рынке труда.
 - Просмотрите объявления о работе и проанализируйте тенденции. Много ли компаний ищут экономистов без опыта работы, есть ли спрос на компьютерных техников? Если ваше учебное заведение специализируется на подготовке определенных специалистов, какие компании – основные работодатели в этом сегменте рынка? Обязательно изучите несколько разных источников: газеты, веб-сайты и т.д.
 - Поговорите с людьми. Люди часто хорошо себе представляют состояние рынка труда в своем регионе. Поговорите с разными людьми, чтобы сформировать более четкое представление о ситуации. Если это возможно, поговорите с людьми, работающими в разных секторах. Например, с экономистами, сотрудниками частных агентств по подбору персонала, сотрудниками государственных служб занятости и т.д. Назначьте встречи с этими людьми заранее и готовьтесь к ним как следует, чтобы не тратить ни их, ни свое время впустую. Заранее составьте список вопросов, которые вы хотите задать вашим собеседникам, например: «Какие навыки вы прежде всего хотите видеть у ваших сотрудников? Каким образом вы рекламируете ваши вакансии? Какие основные слабые стороны вы замечаете в молодых профессионалах, которые только-только начинают карьеру?»
 - Опросите работодателей. Очень хороший способ составить реальную картину местного рынка труда – провести опрос потенциальных работодателей. Этот метод более комплексный и сложный, но информация, которую вы получите, будет очень ценной. Подумайте о вопросах, которые вы хотите задать каждому из работодателей, составьте анкету с вопросами, выберите нескольких работодателей из различных секторов, проведите опрос и проанализируйте информацию. Включите в анкету предисловие, которое будет написано так, что читающий захочет ответить на вопросы. Отметьте в предисловии тот факт, что этот проект будет полезен в конечном итоге и бизнесу, поскольку ответы работодателей помогут Центру подобрать сотрудников лучшего качества с квалификацией, которая нужна бизнесу.

2. Найдите помещение для Центра. Поскольку основная целевая аудитория проекта – это студенты, поговорите с администрацией вашего учебного заведения о возможности использования кабинета или комнаты на территории учебного заведения. Возможно, уже существующий центр карьеры в вашем учебном заведении захочет расширить спектр своих услуг и проектов с вашей помощью. Если вы не сможете открыть ваш Центр в университете или колледже, попробуйте обратиться в другие учебные заведения вашего города (может, у вас найдутся контакты среди студентов или персонала), в общественные центры или в библиотеки. В помещении должно быть место для размещения двух-трех сотрудников, доступ в Интернет, желательно компьютеры, а также место для размещения буклетов и других информационных материалов. Поскольку основная часть проекта – организация и проведение тренингов по профессиональному развитию, то в идеале в помещении должно быть место для проведения семинаров и тренингов.
3. Соберите информацию для Центра. Существует множество онлайн-ресурсов, где вы можете найти информацию о написании сопроводительных писем, составлении резюме, прохождении собеседования при приеме на работу. Посмотрите сайты других центров карьеры и решите, какие из элементов работы такого центра вы примените в своем проекте. Если вы не сможете найти готовые документы, которые вам понравились, составьте их сами.
4. Определите режим работы Центра. Сколько часов в неделю будет работать Центр? В какие дни? Определите, кто и когда будет работать в Центре.
5. Как только место, часы работы, сотрудники и информационные ресурсы определены – пора заняться рекламой центра. Создайте план рекламной кампании. Решите, где вы будете размещать вашу рекламу, и кто создаст рекламный текст. Как только будет написан план, реализуйте его!
6. Организуйте официальное открытие Центра. Подумайте о проведении церемонии открытия для того, чтобы привлечь внимание к Центру и обеспечить ему больше известности. Пригласите отдельных студентов и представителей работодателей, которые помогли вам в проведении исследований рынка труда, на это мероприятие. Пусть это станет частью вашей рекламной кампании! Нужно дать гостям время пообщаться, но заранее подготовленный план мероприятия должен быть. После того как гости собрались и немного пообщались, позвольте всем студентам, которые будут работать волонтерами Центра, представиться гостям и сказать несколько слов. Это также будет хорошей возможностью для представителей работодателей отрекомендовать себя и сказать несколько слов. Вам также стоит подготовить флаеры с информацией о Центре, которые гости могут взять с собой.
7. Ведите журнал обращений и контактов (представителей работодателей, с которыми вы встречаетесь; кураторов и специалистов, которые проводят тренинги и консультации; студентов, которые приходят получать ваши услуги).

Этап информационной поддержки и тренингов

1. Как только вы официально открыли Центр, сразу начните консультировать студентов. Вы уже собрали информацию о рынке труда и провели исследование его тенденций. Вы также

собрали информацию о тенденциях в развитии профессиональных навыков и необходимую дополнительную информацию. На данном этапе команда проекта уже должна быть готова делиться этой информацией со сверстниками. Помогите вашим клиентам улучшить их резюме, помогите им отточить навыки прохождения интервью, информируйте их о местах, на которые они могут претендовать.

2. Периодически проводите тренинги по профессиональному развитию. Это привлечет в Центр новых студентов и одновременно позволит вам выйти на более широкую аудиторию. Старайтесь проводить тренинги раз в месяц. Молодые люди и сами могут проводить некоторые из них. Но если кто-то из работодателей проведет мастер-класс или семинар, это позволит привлечь на мероприятие гораздо больше участников. Попросите такого спикера уделить время вопросам поиска работы в определенном секторе или специальности, например, производство, или осветить более широкую тему, например, как вести себя на собеседовании.
3. Продолжайте рекламировать свой Центр, ищите новые ресурсы или методы профессионального развития, следите за тенденциями рынка. Вам нужно постоянно быть в курсе последних объявлений о вакансиях, обновляя список вакансий для студентов, а также периодически поддерживать связь с вашими контактами в компаниях-работодателях на предмет новых вакансий.

Этап стажировок и принятия на работу

Этот этап должен начаться только после того, как ваш Центр станет достаточно устойчивым и только тогда, когда у вас появились крепкие связи с бизнес-сообществом. Теперь у вас появится шанс поиграть в «сваху»! Это можно сделать примерно так:

1. Выясните, есть ли новые вакансии или программы стажировок у ваших партнеров-работодателей. Начните с тех контактов, которые уже стали вашими надежными партнерами, а потом уже привлекайте новые контакты. Будьте готовы сделать из вашего предложения продукт – почему работодателям выгодно партнерство с вами? Что они от этого получат?
2. Создайте список или базу данных из вакансий и программ стажировок, о которых вы узнали.
3. Когда люди приходят в ваш центр за консультацией, предложите им подходящие позиции и помогите подготовить необходимые документы.
4. Поддерживайте в рабочем состоянии базу данных людей, которые приходят к вам в Центр, сохраняйте их резюме и спрашивайте у студентов разрешение передать информацию о них в «руки» работодателей.
5. Пройдитесь по вашей базе данных студентов и посмотрите, подходит ли кто-то из них для существующих вакансий или программ стажировок. Если вы найдете подходящего кандидата, вышлите его резюме потенциальному работодателю.
6. Постоянно собирайте резюме с одной стороны и вакансии с другой. Информировать ваших бизнес-партнеров о том, что вы делаете для того, чтобы люди узнали об их вакансиях.

Конечный результат

Группа молодых людей с более сильными профессиональными навыками. Благодаря Центру студенты вашего учебного заведения будут лучше подготовлены к профессиональной деятельности и условиям работодателей, а последние получают более профессионально подготовленных сотрудников. А это, в свою очередь, изменит экономическую ситуацию в вашем городе.

Хотите узнать больше?

Посетите виртуальный центр карьеры в Саратове: <http://job.seun.ru/agency/index.php>

Рецепт проекта: «Наше наследие»

Описание проекта: с развитием новых технологий и ускоряющимся темпом жизни, приносящим все больше позитивных изменений, наш мир становится меньше и теснее. Эти явления подвергают риску сохранение местной культуры и истории. Несмотря на то, что мы больше не живем в мире наших бабушек и дедушек, все же в наших силах сделать так, чтобы сохранить народную культуру и традиции для будущих поколений. Рецепт проекта «Наше наследие» приобщает молодежь к изучению истории своего города, в том числе через изготовление традиционного народного костюма, изделия местных ремесел и распространение своих знаний в обществе, обеспечивая долгую жизнь богатому культурному наследию своего края.

В этом рецепте несколько основных этапов:

- 1) Изучение культурных традиций своего края
- 2) Создание изделий народных промыслов: народного костюма, ремесленных изделий и украшений
- 3) Распространение своих знаний в обществе

Ингредиенты

- **Молодежь:** молодые люди, которые заинтересованы в сохранении исторического и культурного наследия своего края и хотят творчески воплотить этот интерес на практике. Опыт рукоделия и изготовления изделий народных промыслов приветствуется, но не является обязательным. Наиболее важным является желание изучать прошлое своего народа и делиться этим знанием с другими.
- **Партнеры-взрослые:** помимо взрослого консультанта молодежи нужна экспертная поддержка со стороны местных умельцев народных промыслов и историков. На втором этапе этого проекта его участники будут изготавливать костюмы и украшения, для этого им будет нужен консультант, который обучит их необходимым навыкам и расскажет об исторической значимости того, чем они занимаются. Поговорите с членами семьи, местными художниками, сотрудниками музея и другими людьми, чтобы определить, кто из них сможет уделить часть своего времени вашей группе.
- **Партнер-организация:** группе нужно будет помещение для планирования мероприятий проекта и для изготовления предметов народных промыслов и костюмов. Учитывайте при подборе помещения, что вам нужно такое место, где каждый участник проекта сможет работать над своим изделием или поделкой.

Местный музей или историческое общество может быть потенциальной партнерской организацией проекта. Вероятнее всего они смогут провести тренинг по изготовлению народного костюма и других изделий народных промыслов, а также предоставить помещение для встреч и демонстрации ваших работ.

- **Материалы для костюмов и поделок.** Это зависит от типа костюма и других изделий, которые вы планируете изготовить. Помните, что материалы, скорее всего, будут стоить денег, и вам нужно заранее это предусмотреть. Больше информации о приобретении материалов вы сможете найти в разделе Этап исследования/подготовки, шаг 5.
- **Помещения, где вы сможете показать ваши работы** и знания с помощью презентаций, представлений и выставок. Вам необходимо найти подходящее помещение под каждый из этих видов деятельности.

Шаги

Этап исследования/подготовки

1. Молодые люди и их взрослый консультант должны обсудить, какой временной период или аспекты культуры взять за основу для изучения. Хотите ли вы больше узнать о свадебном платье и традициях 19-го века или о традиционных зимних праздниках? Важно найти тему, которая одновременно и интересна, и выполнима.
2. Определите, кто будет выполнять какие роли в проекте. Кто будет отвечать за проведение исследования? За изготовление костюма и украшений? Кто найдет зал для выставки или презентации? Кто будет отвечать за публикации о ваших мероприятиях? За привлечение ресурсов на покупку материалов? Помните, что все участники проекта могут выполнять такого рода задачи, например, проведение исследования, изготовление костюмов и т.п., но только один или двое должны играть ведущую роль в проекте. Поиск помещений и организация публикаций о проекте могут быть поручены одному-двум участникам.
3. Узнайте больше о помещениях для презентаций и выставки. Несмотря на то, что на данном этапе вы, возможно, еще и не готовы делать презентацию или проводить выставку, вам все же стоит найти партнерские организации и помещение уже на этом этапе проекта. Это позволит вам определиться с датами проекта и станет гарантией того, что у вас будет место, где вы сможете представить результаты вашего труда.
4. Договоритесь с художниками и историками, которые будут вести мастер-классы, о сроках проведения тренингов. Скорее всего они сильно заняты, поэтому стоит подготовиться заранее. На этом этапе выясните у них, какие материалы и в каком количестве вам потребуются для работы.
5. Как только вы выясните, какие материалы нужны для изготовления костюмов и поделок, решите, где вы их будете брать. Вполне возможно, что часть материалов участники группы смогут найти дома. Если у вас не хватает материалов, узнайте их стоимость и привлечите средства на покупку самых дорогих из них (обратитесь к рецепту «Привлечение ресурсов», на стр. 71).
6. Проведите исследования. Прежде чем вы начнете заниматься изготовлением костюма и поделок, необходимо познакомиться с культурой того периода, узнать, почему носили именно такие наряды, и какое значение имели изделия народных промыслов, которые вы

решили изготовить. Знание этого сделает процесс изготовления костюма и других изделий еще интереснее. Постарайтесь сходить в музеи и расспросить его сотрудников. Возможно, они смогут провести для вас специальную презентацию или экскурсию. Вы также можете пойти в библиотеку или найти информацию в Интернете. Во время проведения исследования думайте о том, какие вопросы стоит задать художникам во время мастер-классов.

Мастер-классы по изготовлению костюмов и поделок

1. Теперь настало время заняться изготовлением того, о чем вы уже так много узнали. Идите на мастер-классы, которые вы подготовили на первом этапе проекта, и займитесь изготовлением костюмов, традиционных украшений и вышивки.
2. Наряды и украшения – не единственный элемент исследования родной истории. Узнайте, каким образом они вписываются в более широкий контекст. Надевали ли эти наряды для исполнения особых песен и танцев? Если да, то разучите эти песни и танцы. Узнайте, как использовались украшения и поделки, которые вы изготовили.
3. Начните готовиться к финальному мероприятию, где вы будете делиться своими находками с окружающими. Есть три основных способа организовать это мероприятие: представления, презентации и выставки. И каждый из этих методов требует подготовки. Отрепетируйте танец. Напишите сценарий и отрепетируйте ваше выступление, если вы представляете свадебный обряд или народный праздник. Если вы делаете презентацию, отрепетируйте и ее. Подготовьте экспонаты, которые вы хотите представить на выставке, а также относящуюся к ним информацию (таблички и раздаточные материалы).
4. Окончательно договоритесь о помещении для вашего выступления, презентации или выставки. Пришло время договориться о конкретных датах.
5. Как только дата и время определены, начните рекламировать мероприятие и приглашать гостей. Помимо членов ваших семей и друзей пригласите представителей власти, ваших партнеров, художников, которые вели мастер-классы, представителей СМИ и общественных деятелей. Распространите информацию о мероприятии через разные каналы, чтобы привлечь как можно больше людей. Напечатайте флаеры. Если возможно, пометьте рекламу в СМИ (телевидение, радио, газеты). Попросите друзей и родных рассказать их друзьям и знакомым о вашем мероприятии.
6. Отполируйте ваше выступление и радуйтесь возможности показать результаты вашего труда.

Представление начинается!

1. Теперь наступило время продемонстрировать результаты вашей тяжелой работы и поделиться собранными знаниями. На каждом представлении или выставке обязательно рассказывайте о самом проекте и о том, как он развивался. Это хорошая возможность привлечь к участию в проекте новых ребят, а также доноров и партнеров.

Повторите цикл

1. Проанализируйте мастер-классы, исследование, презентации и другие компоненты проекта. Что было хорошо? Что можно изменить? Используйте эту информацию, чтобы улучшить следующий цикл мероприятий.
2. Выберите новый период истории своего края и новое направление в культуре, которое вы хотите изучить. Повторите все этапы и шаги, о которых написано выше.
3. Наберите новых участников. Эта работа должна продолжаться на протяжении всего проекта. Молодые люди – участники проекта должны рассказывать своим друзьям и знакомым, как здорово одновременно изучать историю и делать своими руками костюмы и украшения, чтобы потом участвовать в представлении или выставке.

Конечный результат

В результате этого проекта местное сообщество получит коллекцию произведений народного творчества и новые знания об истории и культуре своего края. Молодежь улучшит навыки проведения презентаций, свои организаторские и исследовательские способности. Местные музеи и организации получают новые образцы народного творчества и выставки, которые привлекут посетителей.

Подсказки/Исправьте ошибки

Для того, чтобы заработать средства на следующие проекты, вы, возможно, захотите продать некоторые из костюмов и украшений, которые вы сделали (молодые люди должны работать со своим консультантом, чтобы понять местные налоговые требования). На выставке, во время презентации или представления вы можете организовать стол или стенд, где посетители смогут выбрать и купить понравившиеся им товары. Это не только хороший способ заработать деньги на материалы для следующих мастер-классов, но также - уникальная возможность для местных жителей приобрести изделия народных промыслов - поделки, украшения и костюмы.

Опыт участников

«Когда я вышивала старинный узор, я почувствовала себя представителем той ушедшей эпохи. Пытаясь понять связь между «миром вещей» и «миром идей» наших предков, невольно входишь в образ мышления людей того времени» (Ирина Хотеева, 14 лет)

«В процессе работы над проектом я поняла, что моя роль – в нескольких аспектах: изучить, сохранить и передать свои знания будущим поколениям» (Ольга Калинина, 16 лет)

«Чем больше мы открываем, восстанавливаем и узнаем об этих загадочных вещах из прошлого, тем ближе мы к нашей истории» (Алина Скрипнюк, 16 лет)

Хотите узнать больше?

Посетите <http://ydcп.irex.ru>

Рецепт проектов «Пока ты молод!» и «Свежий ветер»

Описание проектов

У молодежи появляется множество идей о том, как улучшить общество, а при наличии должной подготовки и поддержки они готовы воплотить эти идеи в жизнь. Оба проекта помогают молодым людям с активной жизненной позицией получить навыки, необходимые для создания и реализации социальных проектов. Проекты базируются в молодежных организациях, которые набирают своих участников путем открытых конкурсов. Молодые люди сначала проходят тренинги, а затем реализуют небольшие, но конкретные проекты, направленные на улучшение общества, в котором они живут. Участники проектов также делятся своими знаниями со своими сверстниками и вовлекают их в свои мини-проекты.

Ингредиенты

- **Молодежь:** активные молодые люди с идеями и желанием улучшить общество, в котором они живут.
- **Партнер-организация:** молодежная некоммерческая организация может стать идеальной поддержкой проекта. Организация должна будет отобрать участников, провести тренинги, а также оказывать проектам общую поддержку и консультативную помощь.
- **Партнер-взрослый:** взрослый консультант нужен для осуществления общего руководства проектом, координации тренингов и общей поддержки.
- **Тренеры** для проведения семинаров по вопросам управления социальными проектами.
- **Финансирование**, чтобы покрыть расходы на осуществление мини-проектов. Финансирование может поступать из нескольких источников: от самой организации-партнера, местных или региональных государственных структур или от частных лиц-доноров. Если потребуется, молодые люди могут обратиться к представителям бизнеса или частным лицам с просьбой о помощи в виде расходных материалов или других вещей, необходимых для реализации проектов, или о денежном пожертвовании на нужды проекта.

Шаги

1. Проведите конкурс для отбора участников проекта. Цель этих проектов – дать активной молодежи навыки, которые им будут полезны для проведения своих мероприятий на более высоком уровне. Ребята, которые уже принимают участие в мероприятиях организации, могут работать вместе с партнером-взрослым над определением критериев отбора. Распространите информацию о конкурсе по школам вашего района или города, чтобы привлечь наиболее активную молодежь к участию в проектах.
2. Проведите тренинги для отобранных участников проекта. Занятия по управлению социальными проектами могут включать в себя следующие темы: определение потребностей общества для проекта, управление проектом, коммуникации, привлечение ресурсов,

совершенствование лидерских навыков и работа в команде. Участникам необходимо понять, почему такие мини-проекты полезны их району или городу и каким образом они могут внести свой вклад на благо общества.

3. Помогите молодым людям провести оценку потребностей сообщества, чтобы понять, какие именно проекты нужны в данный момент. Используя навыки, приобретенные на тренинге, молодые люди выяснят, какие проблемы существуют в обществе, и начнут разрабатывать свои социальные проекты, направленные на улучшение ситуации.
4. Привлечение ресурсов (если нужно). Если у организации недостаточно средств для финансирования мини-проектов, на этом этапе молодые люди должны позаботиться о привлечении в проект либо денежных средств, либо других ресурсов, необходимых для реализации проектов.
5. Обеспечьте общее руководство и поддержку молодежи в процессе реализации мини-проектов. Молодые участники проектов работают вместе и сами привлекают сверстников себе в помощь, таким образом распространяя социальную активность среди молодежи. Отслеживайте промежуточные результаты выполнения проектов в соответствии с намеченным планом. Среди уже осуществленных проектов были такие: очистка территории парков, строительство детских игровых площадок, разработка и проведение тренингов по вопросам добровольничества и социальной активности для подростков.
6. Оцените и обдумайте. Когда проекты закончены, молодые люди могут обсудить, что в следующий раз можно сделать лучше, что получилось хорошо, и достигли ли они своих целей. Им понадобится эта информация для разработки и проведения будущих социальных проектов.
7. Опубликуйте результаты и отпразднуйте окончание проекта. Для популяризации этой деятельности организуйте «День гражданских инициатив» в школе, некоммерческой организации или в любом другом месте. Все участники должны представить свои проекты более широкой аудитории, возможно, используя стенгазеты, постеры, фотостенды, видео или устные презентации. Такое мероприятие может стать хорошей возможностью для групп поделиться лучшим опытом в реализации проектов и привлечь в них новых участников, партнеров и доноров.

Хотите узнать больше?

Посетите

- Омский ресурсный центр общественно-активных школ - <http://www.oash-omsk.org/>

Рецепт проекта «Радужный мост»

Описание проекта

Терпимость и уважение к этническим, культурным и религиозным различиям – фундамент для гармоничного мира. Рецепт проекта «Радужный мост» продвигает популяризацию толерантности (терпимости) через тренинги, конкурсы и фестивали. Молодые люди – участники проекта познают важные уроки о разнообразии мира, осуществляют социальные проекты и отмечают вместе различные национальные и культурные праздники. Этот проект особенно важен в современном мире, когда активизируются фашистские и неонацистские настроения.

Ингредиенты

- **Молодежь:** молодые люди – главные действующие лица этого рецепта. Они помогают разработать и реализовать компоненты проекта и занимаются популяризацией толерантности среди сверстников.
- **Партнер-взрослый:** из-за сложной тематики проекта, партнер-взрослый совершенно необходим. Взрослый консультант патронирует все компоненты проекта, обеспечивая молодежи поддержку и экспертную помощь на протяжении всего проекта.
- **Партнер-организация:** наличие ресурсов и возможностей партнера-организации для блага вашего проекта может сделать процесс его реализации гораздо проще. Школы и библиотеки идеально подходят на роль партнерской организации, поскольку по роду своей деятельности охватывают большое количество молодежи.
- Финансовая поддержка со стороны спонсоров для реализации социальных проектов, разработанных молодыми людьми в целях продвижения идеи толерантности.

Шаги

1. Обсудите возможные идеи реализации проекта и начните планировать. Поскольку этот рецепт может содержать множество элементов, команда проекта и партнер-взрослый должны встречаться, чтобы планировать мероприятия проекта, определять их даты и распределять обязанности в команде. Мероприятия проекта могут включать семинары и тренинги по теме толерантности, конкурсы для объединения людей в отдельно взятой школе или более масштабные фестивали для объединения общества в целом.
2. Проведите тренинги по толерантности для команды проекта. Команда проекта должна пройти тренинги по теме толерантности, чтобы хорошо разбираться в вопросах, которые могут возникнуть в ходе проекта, а также для того, чтобы научиться быть союзниками для разных групп и служить ресурсом для своих сверстников.
3. Организуйте и проведите мероприятия в соответствии с заранее утвержденным планом. Широко рекламируйте ваши мероприятия, чтобы проинформировать как можно больше молодежи. Лучше всего провести семинары и тренинги по толерантности до конкурсов, чтобы

молодые люди, участвуя в конкурсах, смогли на практике применить свои новые знания. Можно организовать конкурсы по рисованию, фотографии и поэтические. Главное, чтобы все они были посвящены одной теме – популяризации толерантности и взаимопонимания.

4. Проведите тренинги по управлению социальными проектами для молодых людей. Цель этого рецепта – привлечь не только молодых людей, уже участвующих в проектах организации, но и более широкую общественность, до которой тоже необходимо донести суть толерантности через социальные мини-проекты. Прежде чем молодежь сможет самостоятельно разработать и реализовать свои проекты, им необходимо приобрести базовые навыки управления такими проектами.
5. После того как молодые люди улучшат свои навыки управления проектами, проведите конкурс на финансирование отобранных проектов (количество этих проектов будет различаться в зависимости от возможного финансирования). Проведите специальное мероприятие, на котором молодежь сможет представить свои проекты сверстникам и взрослым, и наградите проекты-победители.
6. Организуйте большой фестиваль толерантности как кульминацию проекта. Этот фестиваль должен состояться в конце четверти или учебного года, чтобы объединить школу и общественность. Фестиваль – самое подходящее время для того, чтобы отпраздновать достижения молодежных проектов и отметить более толерантные взаимоотношения в молодежной среде. Фестиваль должен включать краткий отчет о мини-проектах и мероприятиях, чтобы показать их многообразие. Это можно сделать в виде концерта, пьесы, выставки и т.д. Рисунки и другие предметы детского творчества, созданные во время конкурсов, могут быть представлены на выставке. Молодые люди должны играть главную роль в принятии решения по поводу содержания фестиваля.
7. Как только принципы толерантности пустят корни в организации или школе, реализующей этот проект, молодые люди могут распространить свою деятельность на другие школы и библиотеки своего города и, если возможно, в другие города.

Конечный результат

Результатом этого проекта станут молодые люди, относящиеся с большим пониманием к различиям между людьми. Одновременно с познанием принципов толерантности они также совершенствуют свои навыки управления проектами и начинают чувствовать себя более уверенно в организации мероприятий и во взаимодействии с разными людьми. Наличие в обществе молодых людей, терпимо относящихся друг к другу, может стать фактором, сдерживающим рост ненависти и экстремизма в обществе и создать более гармоничный мир.

Хотите узнать больше?

Посетите <http://www.volgoscout.ru/>

Рецепт проекта «Совет по правам детей и молодежи»

Описание проекта

Несмотря на то что дети и подростки еще слишком молоды, чтобы принимать участие в голосованиях, они все же могут участвовать в обсуждении тех решений, которые влияют на их жизнь. Рецепт проекта «Совет по правам детей и молодежи» дает молодым людям возможность лоббировать свои интересы на государственном уровне и информировать своих сверстников об их правах. Команда проекта налаживает связи с представителями власти, которые влияют на развитие молодежной политики; организует с ними встречи, чтобы донести до них мнение молодежи о законодательных мерах по тем вопросам, которые непосредственно их касаются. Через информирование сверстников об их правах Совет по правам детей и молодежи старается привлечь интерес молодых людей к их правам для того, чтобы у них появилось стремление их отстаивать.

Ингредиенты

- **Молодежь:** молодые люди, которым небезразличны их права и которым важно донести свое мнение до взрослых, принимающих решения в области молодежной политики. Наличие интереса к вопросам государственного управления, политики и прав человека будет полезным.
- **Партнер-взрослый:** консультант. Идеально, когда этот человек является членом правительства, желательна позиция, имеющая отношение к молодежной политике, или человек, хорошо знающий людей в органах власти. Он или она могут помочь связать молодых людей с государственными структурами и обеспечить руководство и поддержку в лоббировании интересов и взаимодействии с представителями власти.
- **Партнер-организация:** этот проект лучше всего реализовывать в партнерстве со школой или с молодежной организацией. Партнерство со школой упростит процесс организации встреч членов Совета со школьниками для бесед об их правах.
- **Связи в органах власти:** совет должен установить контакты в органах власти для того, чтобы иметь возможность влиять на формирование молодежной политики.
- **Помещение для встреч.** Членам Совета необходимо проводить совместные заседания для обсуждения и голосования по различным вопросам, а также для планирования мероприятий проекта.

Шаги

1. Привлекайте в проект новых участников, воспользовавшись рецептом «Привлечение участников» со стр. 74.
2. Проведите первое заседание Совета. Молодые участники проекта встретятся для того, чтобы распределить роли, обсудить наилучший вариант взаимодействия с властью и определить круг вопросов, которые имеют непосредственное отношение к жизни молодых людей. Это

хорошая возможность для партнера-взрослого провести презентацию на тему прав молодых людей и основных приемов лоббирования.

3. Подготовьте и проведите презентации и дискуссии о правах детей и молодежи. Участники проекта встретятся со школьниками для того, чтобы рассказать им об их правах и выяснить, какие вопросы наиболее остро их волнуют. Во время презентаций участники проекта должны дать ясно понять своим сверстникам, что они представляют собой «ресурс» для своих сверстников, то есть любой может обратиться к ним в случае, если его права нарушаются. Члены Совета по правам детей и молодежи должны учитывать те вопросы и проблемы, которые поднимают их сверстники, чтобы обсудить их на очередном заседании Совета.

Работа в роли экспертов по вопросам прав человека и систематическое просвещение сверстников по этим вопросам – два постоянно идущих компонента проекта. Дополнительные презентации и дискуссии должны проводиться перед каждым заседанием Совета, чтобы его участники имели ясное представление о том, что в настоящий момент волнует молодежь.

4. Проведите второе заседание Совета. На этой встрече молодые люди обсудят и проголосуют за определенные вопросы в сфере прав молодежи, на которых они посчитают важным сконцентрировать свои усилия. На этом этапе они должны выбрать наиболее актуальные на их взгляд вопросы и решить, как наилучшим образом использовать имеющиеся у них контакты с властью. Обсудите, каким образом лучше рассказать представителям власти о том, что беспокоит молодежь. Договоритесь, кто пойдет на эти встречи, и отрепетируйте свою презентацию, чтобы она звучала убедительно.
5. Организуйте встречи с представителями власти и расскажите им о том, что вы выяснили в ходе проекта, озвучив те проблемы, которые волнуют молодежь. Члены Совета по правам детей и молодежи встретятся с представителями власти, чтобы обсудить наиболее острые проблемы и лоббировать некоторые вопросы в области прав молодежи. Эти встречи и их содержание могут принимать разные формы в зависимости от контактов Совета в госструктурах.

Например, в течение первых месяцев холодного сезона школы Карелии плохо отапливались, и настроение школьников было совсем неучебным. Арина Медведкова, член Совета по правам детей и молодежи, озвучила недовольство школьников о плохом отоплении в школах на заседании Комиссии по реформированию ЖКХ. Представители комиссии были шокированы известием об отсутствии отопления в школах и на следующий же день отправили в школы специалиста, чтобы определить, в чем проблема. Школьники теперь занимаются в теплых классах, а одноклассники Арины благодарны ей за то, что она донесла и озвучила их проблему тем людям, которые смогли ее решить.

6. Проведите третье заседание Совета. Молодые люди встретятся снова, чтобы обсудить прогресс, которого они достигли во взаимодействии с представителями власти, определить последующие шаги, включая план проведения очередной встречи со сверстниками и дополнительные вопросы и проблемы, которые нужно донести до органов власти.

7. Повторите цикл. Члены Совета по правам детей и молодежи должны продолжить свою деятельность в качестве ресурса и в качестве связующего звена между своими сверстниками и представителями власти. Молодые люди должны продолжить просветительскую работу по вопросам прав человека среди своих сверстников, а также лоббировать интересы молодежи через свои контакты во власти.

Конечный результат

Этот проект поможет детям и молодежи, которые осознают необходимость защищать свои права, установить связь с представителями власти, которые примут к сведению мнения молодых людей и учтут их при решении вопросов молодежной политики. Члены Совета получают навыки публичных выступлений и смогут почувствовать себя увереннее при взаимодействии со взрослыми на профессиональном уровне.

Хотите узнать больше?

Посетите <http://sites.google.com/site/dopprk/>

Рецепт проекта «Студенческий центр юридической помощи»

Описание проекта

Хорошему юристу нужен практический опыт в дополнение к теоретическим знаниям, и его возможно начать накапливать еще до получения диплома. Такая практика будет полезна и людям, окружающим вас, и всему обществу в целом. Очень часто рядовые граждане нуждаются в юридической помощи по вопросам, касающимся получения пенсий, пособий, жилья, регистрации и др. Рецепт «Студенческого центра юридической помощи» расскажет студентам-юристам, как открыть центр, где они смогут оказывать юридическую поддержку нуждающимся гражданам.

Ингредиенты

- **Молодежь:** группа студентов – будущих юристов, заинтересованных в получении практического опыта во время обучения в университете. Эта группа может состоять частично из студентов старших курсов, частично из тех, кто учится на втором-третьем курсе. В любом случае для проведения юридических консультаций необходимо иметь базовые юридические знания. Студенты старших курсов могут выступать в роли наставников для студентов первых курсов. Результат будет лучше, если в Центр придут работать студенты с разными профессиональными интересами. В этом случае Центр сможет предоставлять услуги по большому спектру вопросов.
- **Партнеры-взрослые:** поскольку молодежь в данном проекте будет предоставлять реальную юридическую помощь уязвимым группам населения, важно, чтобы у Центра был взрослый консультант, который бы оказывал поддержку на протяжении всего проекта. Такими консультантами могут быть профессора университета или практикующие юристы, у которых есть опыт в различных направлениях юриспруденции, по которым студенты будут давать консультации клиентам Центра.
- **Партнер-организация:** юридическая фирма или другая юридическая организация будет идеальным партнером для Центра, обеспечивая проект профессиональной поддержкой и придавая ему авторитетность. Партнерская организация должна предоставлять необходимые ресурсы, экспертную поддержку и, по возможности, помещение для Центра. Наличие в качестве партнера юридической фирмы обеспечит студентам возможность консультироваться с практикующими юристами, а также поможет проникнуться атмосферой профессиональной юридической фирмы.
- **Помещение.** Для оказания услуг клиентам Центру будет нужно помещение. Оптимальный вариант для Центра – иметь несколько помещений в разных частях города, чтобы оказывать услуги максимальному числу клиентов. Имейте в виду, что большая часть клиентов такого центра – пожилые люди, которым будет сложно перемещаться по городу на большие расстояния. Постарайтесь найти помещения, доступ к которым будет удобен для большого количества потенциальных клиентов, и который будет расположен вблизи маршрутов городского транспорта. Библиотеки, юридические фирмы (если они являются партнерами проекта), общественные организации – это подходящие места для будущих офисов Центра.

Помещение должно быть оснащено компьютерами для нескольких студентов-волонтеров. Для успешной работы Центра в офисе нужно иметь доступ к сети Интернет и к юридическим базам данных, таким как Гарант или Консультант. Хорошо, если вы сможете предложить своим клиентам чай, кофе или воду.

- **Клиенты.** Для того чтобы Центры функционировали успешно, вам необходимо найти свою целевую аудиторию – людей, которым необходима юридическая помощь, но которые не могут оплатить услуги профессиональных адвокатов. Для привлечения клиентов в Центр вам придется проводить рекламные кампании, предлагать им качественные услуги и выбирать помещения в удобных для людей местах.

Шаги

Подготовительный этап

1. Подберите группу консультантов. Чем больше профессиональных консультантов (юристов, профессоров, экспертов) вы сможете найти, тем лучше для проекта. Несмотря на то, что студенты будут предоставлять юридические консультации населению, они не являются сертифицированными юристами и поэтому обязательно должны использовать ресурсы и экспертную оценку профессиональных консультантов. Вот несколько рекомендаций по поиску консультантов.
 - Подумайте над версией «презентации в лифте». «Презентация в лифте» – это ваша краткая речь (вы должны успеть произнести ее за то время, пока находитесь в лифте), которая четко передает основную идею вашего проекта, чтобы убедить вашего собеседника стать вашим партнером. Вы должны продемонстрировать, что ваш проект хорошо продуман и подготовлен. Четко объясните значение вашего проекта для общества и пользу, которую он принесет.
 - Обсудите кандидатуры потенциальных консультантов. В этот список могут войти влиятельные преподаватели, с которыми у вас уже налажены хорошие взаимоотношения. Помимо преподавателей стоит подумать о связях в профессиональном юридическом сообществе, которые у вас есть. Может быть, кто-то из родителей ваших друзей – юрист? Знаете ли вы кого-то, кто работает в юридической фирме? Определите, кто именно из вашей команды будет налаживать партнерские связи. Даже если это очень занятые люди, они могут порекомендовать вам кого-то из своих коллег.
 - Воспользуйтесь составленной вами «речью в лифте» и встретитесь с потенциальными консультантами!
2. Найдите другие организации, которые занимаются предоставлением юридических услуг населению. Если вы найдете такие организации, обратитесь к ним, чтобы узнать, заинтересованы ли они в сотрудничестве с вами. Не имеет смысла открывать ваш Центр по соседству с некоммерческой организацией, которая уже оказывает подобные услуги. Подумайте, каким образом ваши центры могут дополнить работу других организаций.

Возможно, вы увидите нехватку определенных услуг и сможете занять эту нишу. Например, женский центр уже дает консультации по семейному праву молодым матерям, но у них нет ресурсов и опыта консультирования пожилых женщин по вопросам пенсий или государственных дотаций по уходу за детьми.

3. Найдите место для ваших центров. Возможно, вы захотите начать с одного центра. Как только первый центр начнет работу, вы можете начать думать о расширении своей деятельности в других центрах. Помните, что для вашей целевой аудитории помещения центра должны быть легкодоступны, удобны и иметь рабочее место для двух-трех сотрудников с компьютерами и доступом в Интернет. Вот три возможных варианта подбора места для офиса Центра.

- Спросите вашего партнера-взрослого из юридической фирмы, не может ли он предоставить вам место у себя в офисе, куда вы будете иметь доступ на несколько часов 2-3 раза в неделю. Этот метод поможет вам найти удобное местоположение для вашей целевой аудитории и придаст вес вашему Центру. К тому же и у вас будет постоянная возможность обращаться к вашему консультанту (в случае, если он не будет сильно занят клиентами или другой работой).
- После того как вы определите, какие фирмы и организации предоставляют юридические консультации и другие социальные услуги населению, выясните, можете ли вы организовать свой Центр на их территории и работать вместе. Скорее всего они будут рады получить в качестве волонтеров студентов-юристов. Это обеспечит хорошую базу для дальнейшего развития.
- Если никто не сможет предложить вам помещение, определите, какой район города позволит вам выйти на наибольшее количество клиентов, нуждающихся в ваших услугах. Свяжитесь с библиотеками и общественными организациями в этом районе. Когда вы будете разговаривать с сотрудниками этих организаций, четко артикулируйте ваши задачи и ожидаемые результаты проекта по помощи местному сообществу. АБЗАЦ!!!

Подсказка: постарайтесь избежать организации центра в вашем университете. Атмосфера университета не способствует проведению индивидуальных консультаций для граждан, нуждающихся в юридической помощи.

4. Подготовьте прочную базу юридических знаний через исследовательскую работу. Несмотря на то, что вы уже имеете базовую юридическую подготовку, постоянные исследования и новые знания необходимы для обеспечения качественных профессиональных консультаций. Обсудите с группой, какие случаи вы будете с наибольшей вероятностью консультировать и станьте настоящими экспертами по этим вопросам. На протяжении всего проекта обязательно следите за всеми обновлениями в законодательстве и совершенствуйте свои знания. Используйте любой шанс для профессионального роста! Это поможет вам стать квалифицированными юристами в будущем и позволит давать клиентам качественные консультации, укрепляя, таким образом, репутацию вашего Центра.

5. Попросите партнера-взрослого провести или порекомендовать вам специалиста, который проведет подготовительные тренинги для команды студентов – участников проекта. Во время исследовательской работы вы, скорее всего, найдете области юриспруденции, которые вы не очень знаете, но хотите узнать лучше. Спросите вашего партнера-взрослого, есть ли у него знания в этих областях и знаком ли он со специалистами в этой области, которые смогут проконсультировать команду проекта, прочитав лекцию, и стать полезным ресурсом. Постарайтесь проводить тренинги ежемесячно, каждый раз выбирая новую тему, или углубляясь более подробно в определенные области юриспруденции.
6. Как только вы найдете место для центра, определите часы его работы и список сотрудников. Заранее составьте расписание таким образом, чтобы оно подходило всем студентам, участвующим в проекте. Проясните роли, обязанности и профессиональные ожидания каждого участника. В то время, когда одни студенты будут консультировать клиентов, другие должны встречать новых посетителей и объяснять правила работы Центра.
7. Постарайтесь объединить в пары старших и младших студентов, чтобы они могли друг у друга учиться. Также, если возможно, набирайте в проект студентов со знаниями в разных областях юриспруденции, чтобы иметь возможность покрывать наиболее широкий спектр вопросов. Помните, когда наступит ваша очередь встречать новых клиентов, вам необходимо быть на месте. Общественность и неблагополучные граждане рассчитывают на вас и нуждаются в вашей помощи. Если клиенты приходят в часы работы Центра, а его двери закрыты, маловероятно, что они обратятся к вам за помощью в будущем.
8. Рекламируйте Работу своего Центра! Создайте план PR-кампании и осуществите его. Определите наилучший способ рекламы Центра. Как вы найдете людей, которым нужна ваша помощь? Что будет эффективнее – флаеры, рекламные ролики на телевидении или на радио? Статьи в местной прессе? Постарайтесь сообщить как можно большему числу людей об услугах, которые предлагает ваш Центр. Предпримите специальные действия для саморекламы в районе, где расположен ваш Центр. Сообщите всем о церемонии открытия (смотрите первый из этапов в следующем разделе для прояснения деталей этого мероприятия). Как только ваш Центр станет устойчивым, «сарафанное радио» поможет узнать о нем большему количеству людей. На этом этапе вы уже готовы открыть новые центры!

Открытие Центра

Это именно тот момент, когда все ваши усилия по подготовке Центра станут реальностью, и вы сможете на практике опробовать все, чему научились!

1. Проведите церемонию открытия Центра. Эта церемония обязательно привлечет внимание большого количества людей и придаст авторитетность вашему Центру. Как часть вашей рекламной кампании пригласите на это мероприятие почетных гостей – общественных деятелей, юристов, представителей местных органов власти. Особое внимание уделите тому, чтобы пригласить тех людей, которые станут будущими клиентами вашего Центра. Вам также стоит пригласить представителей СМИ. Если они напишут о Центре, это добавит ему известности.

2. Хорошо, если на церемонии открытия вы сможете организовать легкий фуршет. Стоит дать гостям немного времени пообщаться, но не забывайте о том, что у вашей церемонии должен быть четкий план, которому вы должны следовать. После того, как ваши гости некоторое время пообщаются, всем студентам – участникам проекта, следует представиться и сказать несколько слов собравшимся. Партнеры-взрослые также должны представиться. Далее один из студентов сделает небольшую презентацию о гражданских правах с акцентом на том, что все заинтересованные граждане смогут узнать больше о своих правах, если придут в ваш Центр на консультацию. Вам также следует подготовить флаеры с адресом центра и указанием часов его работы для раздачи гостям.
3. Проведите консультации. Наконец-то наступит тот момент, когда ваша тяжелая подготовительная работа окупится, и вы сможете «засиять» как настоящие консультанты. Чем качественнее консультации вы будете предлагать, тем больше будет расширяться база ваших клиентов. Люди, которые будут приходить к вам в Центр получать позитивный опыт, расскажут своим знакомым, а те, в свою очередь – своим.
4. Продолжайте рекламную кампанию. Несмотря на то, что рассказы о вашем Центре уже разойдутся по всему городу, нет оснований для того, чтобы прекратить вашу деятельность в области PR и рекламы. Придумывайте новые возможности для рекламы. Если вы выиграете дело или обнаружите проблему во время работы с клиентом, расскажите об этом представителям СМИ. Это может стать одновременно хорошей историей для них и прекрасной рекламой для вашего Центра.
5. Продолжайте совершенствовать свои знания в области юриспруденции и навыки работы с людьми. Если вам придется столкнуться с областями юриспруденции, в которых вы пока не очень сильны, - не пугайтесь, а попытайтесь узнать больше, исследуйте вопрос!
6. Пусть старшие студенты станут наставниками младших. Организуйте парные консультации, где старшие студенты будут ведущими, а младшие – наблюдателями. С течением времени младшие студенты могут играть все более и более значимую роль, но старшие студенты всегда будут рядом, чтобы помочь, если нужно.
7. Попросите вашего партнера-взрослого или других экспертов-юристов периодически проводить тренинги для вашего профессионального развития. Если вы часто сталкиваетесь с вопросом, о котором вы хотите знать больше, попросите вашего партнера-взрослого прочесть лекцию на эту тему. Попробуйте проводить лекции на различные темы ежемесячно.
8. В дополнение к лекциям для команды организуйте ежемесячные лекции для клиентов Центра. Это – хорошая возможность поделиться вашими знаниями в области юриспруденции с окружающими и привлечь новых клиентов в Центр. Подбирайте такие вопросы, которые будут интересны населению.

Поддержание работы Центра: будущее

1. Проанализируйте, какие аспекты работы центра идут хорошо, а какие нуждаются в улучшении. Собирайте отзывы ваших клиентов путем коротких бесед или анкетирования.

Проводите ежемесячные встречи, собирая вместе студентов и партнеров-взрослых для обсуждения проекта и его будущего.

2. Привлекайте новых участников в проект. Говорите о проекте с вашими однокурсниками и пытайтесь привлечь их в проект. Использование элементов «речи в лифте» – хорошая стратегия. По мере того как вы будете открывать новые центры, вам понадобятся новые студенты – консультанты для работы в них. По мере возрастания репутации проекта все больше студентов захотят работать у вас консультантами.
3. Продолжайте рекламировать и популяризировать Центр. Ваши усилия по продвижению центров должны быть постоянными. Постарайтесь как можно более активно привлекать СМИ.
4. Постоянно ищите возможности для расширения. С приобретением вашими центрами известности и популярности другие организации и фирмы, возможно, позволят вам открыть центры на их территории. Проанализируйте, в каких районах города ваш проект еще не представлен и постарайтесь открыть центр в этом районе.
5. Организуйте менторство старших студентов над младшими. По мере того как студенты будут выпускаться из университета, следующее поколение студентов станет основной движущей силой центра. Менторство сделает смену поколений более мягким. После того как студенты окончат университет и перестанут работать в центрах, привлекайте их уже в качестве партнеров-взрослых. Они помогут вам установить партнерские связи с новыми юридическими фирмами, найти новых консультантов для чтения лекций. Поддерживайте отношения с бывшими студентами – участниками проекта и укрепляйте взаимоотношения с младшими студентами. Это обеспечит устойчивое развитие центров.

Конечный результат

Ваши усилия увенчаются созданием, по меньшей мере, одного Студенческого юридического центра, если не больше. Кроме этого, вы поможете повысить юридическую грамотность населения параллельно с углублением собственных юридических знаний и навыков. Это повысит ваши шансы найти хорошую работу после окончания университета.

Хотите узнать больше?

Посетите <http://ydcp.irex.ru>

Рецепт проекта «Тетрадка дружбы»

Описание проекта

С помощью рецепта проекта «Тетрадь дружбы» обычная школьная тетрадь поможет подростку проявить себя – даже тому, кто не является лидером своего класса и который раньше не обращал на себя внимание. Со своими «тетрадами дружбы» школьники примут участие в специальных конкурсах, которые дадут им площадку для самовыражения и помогут укрепить уверенность в себе. В основе этих конкурсов могут быть творческие и академические задания (такие, как письмо, рисование, математика) или специальные темы (например, праздники или проблема защиты окружающей среды). Эти конкурсы станут точкой отсчета для начала участия школьников во внеклассных мероприятиях вашей организации. Взрослея, многие ребята сами начинают организовывать мероприятия для младших школьников и занимают активную позицию в своем окружении.

Ингредиенты

- **Молодежь:** для этого рецепта требуется два типа молодежи: старшие школьники, которые организуют внеклассные мероприятия, и младшие школьники, которые принимают участие в конкурсах «тетради дружбы» и других мероприятиях. Старшие школьники должны подходить творчески к подготовке мероприятий и продумывать, какие мероприятия понравятся младшим школьникам. Любой школьник, которому интересны творческие конкурсы, может принять участие.
- **Партнер-взрослый:** взрослый консультант поможет старшим школьникам организовать и провести мероприятия для младших. В идеале у него или у нее уже должен быть опыт организации и проведения мероприятий для детей и работы с молодежью.
- **Партнер-организация:** этот рецепт хорошо работает, если в нем участвует организация, у которой уже есть опыт проведения мероприятий для молодежи. Организация может использовать конкурсы «Тетрадь дружбы», чтобы привлечь в свои проекты больше молодежи.
- **Тетради.** Для каждого участника тетрадь – неотъемлемая часть проекта. Все младшие участники должны получить специальные тетрадки, которые они будут использовать в конкурсах.
- **Центральное место для встреч** старших участников проекта, где они будут планировать и проводить мероприятия для младших школьников.

Шаги

Подготовительный этап

1. Запланируйте конкурсы «Тетрадь дружбы». Старшие школьники и партнер-взрослый совместно разрабатывают график и план мероприятий, в которых будут принимать участие младшие школьники. Поскольку цель проекта – привлечь разнообразные группы школьников,

мероприятия должны быть интересны различным группам и детям с разной подготовкой. Конкурсы могут включать использование навыков в письме, рисовании, математике и т.д. В дополнение к широкому спектру мероприятий, команда проекта должна придумать различные призовые категории. Задача проекта – повысить уровень самооценки у молодежи, поэтому важно, чтобы как можно больше детей получили призы или поощрение. Если вы планируете выдавать победителям призы, обсудите, что это будет и где вы это возьмете.

2. Рекламируйте мероприятия по школам для того, чтобы привлечь школьников для участия в проекте. Также рекламируйте ваши мероприятия в некоммерческих организациях, библиотеках и других местах, где собирается молодежь.
3. Раздайте тетради и официально объявите начало конкурса. Для этого команда проекта может либо провести специальное мероприятие для старта конкурса, либо раздать тетради во время рекламной акции. Расскажите о заданиях конкурса и сроках сдачи тетрадей всем участникам конкурса.

Конкурсный этап

1. После того как время выполнения заданий конкурса закончится, соберите тетради у младших участников и попросите старших школьников выбрать победителей по заявленным заранее категориям конкурса. В идеале призы должны получить как можно больше детей.
2. Проведите силами старших школьников специальное мероприятие или церемонию чествования всех победителей конкурса. Мероприятие должно быть интерактивным и интересным для детей. Пригласите родителей и учителей участников конкурса для чествования победителей. Во время этого мероприятия партнер-организация может рекламировать другие свои проекты и мероприятия, чтобы привлечь школьников к участию в них. Например, скауты могут продвигать свои мероприятия и привлекать новых школьников в свои команды; клуб защиты окружающей среды может привлекать школьников для участия в экологическом лагере.
3. Свяжитесь с местными СМИ, например, с городскими или районными изданиями – юные победители конкурса однозначно повысят самооценку, если увидят свои имена и достижения в прессе. Опубликуйте результаты конкурса на стендах и информационных досках.

Этап внеклассных мероприятий и будущее

1. Организуйте внеклассные мероприятия для участников проекта «Тетрадь дружбы». По мере последовательного участия в мероприятиях проекта младшие школьники будут ощущать себя более уверенно, они будут охотнее принимать участие в других мероприятиях вашей организации. Старшие участники проекта и партнер-взрослый должны заинтересовывать младших школьников принимать участие в предложенных мероприятиях. Помните, что дополнительные мероприятия могут иметь любую направленность в зависимости от рода деятельности организации и идей старших школьников.

2. Продолжайте проводить конкурсы «Тетрадь дружбы», которые смогут привлечь новых детей в проект и дать больше уверенности постоянным участникам. Поддержите старших школьников в разработке идей новых конкурсов, проводите встречи с представителями бизнеса для привлечения средств на реализацию проекта.
3. Пусть младшие школьники знают, что, взрослея, они будут играть все более серьезные роли в организации конкурсов и мероприятий. Привлекайте этих школьников к участию в ваших мероприятиях. Например, школьники 7 и 8 классов могут проводить мероприятия для детей из начальной школы.

Конечный результат

Этот рецепт поможет вырастить целое поколение школьников с более высокой самооценкой, которые станут лидерами не только этого проекта, но и общества в целом. Этот рецепт также полезен партнеру-организации, которая участвует в проекте, поскольку конкурсы «Тетрадь дружбы» – простой путь привлечения молодежи, которая обычно не очень активна.

Хотите узнать больше?

Посетите <http://www.vfunion.ru/>, <http://scout.karelia.ru/>, <http://www.skcgi.ru/>.

Рецепт проекта «Центр студенческой помощи пожилым людям»

Описание проекта:

Студентам юридических, психологических и социальных факультетов требуется профессиональная практика, и они легко могут совместить ее с реальной помощью пожилым людям, которым в обществе часто не уделяется достаточно внимания. Рецепт проекта «Центр студенческой помощи пожилым людям» предлагает модель развития управляемых студентами консультационных центров, где пенсионерам будут оказаны различные услуги, например, помощь в составлении бумаг и документов на получение дотаций, психологическая помощь, базовые юридические консультации. Этот проект укрепляет взаимоотношения между поколениями, одновременно предоставляя студентам возможность получить ценный опыт и оказать помощь тем, кто в ней нуждается..

***Примечание:** этот рецепт можно считать вариацией рецепта «Студенческий центр юридической помощи», который дает представление обо всех необходимых ингредиентах и возможных результатах проекта. Для получения информации по организации центра и оказанию юридических услуг, обратитесь к рецепту «Студенческий центр юридической помощи» на стр. 55, но имейте в виду, что вам придется внести некоторые дополнения, которые обязательны при оказании помощи именно пожилым людям.*

Ингредиенты

- **Молодежь:** группа заинтересованных студентов, которые желают получить реальный практический опыт до окончания университета. В группу должны входить студенты третьего и четвертого курса, хотя первокурсники и второкурсники также могут работать в центре и учиться у старших студентов. Основу Центра, однако, должны составлять старшие студенты, поскольку для оказания адекватной консультативной помощи необходим достаточный объем знаний. Чем больше студентов с различными интересами будет работать в Центре, тем более широкий спектр услуг смогут они оказывать. Студенты с различных факультетов совместными усилиями могут организовать такой центр.
- **Партнеры-взрослые.** Поскольку студенты будут предоставлять пожилым людям реальные услуги и консультации, важно, чтобы в Центре был человек, который сможет оказывать поддержку и экспертную помощь самим студентам, а также наблюдать за общим ходом проекта. Кроме такого партнера-взрослого студентам необходимо найти дополнительных экспертов, имеющих опыт в тех сферах, в которых Центр будет предлагать консультации. Эти эксперты могут быть практикующими юристами, психологами, социальными работниками или преподавателями университета, главное условие – чтобы они имели опыт и знания в нужных областях.
- **Помещение для Центра** (-ов). Лучше всего, если у вас получится открыть несколько центров в разных районах города для того, чтобы оказывать помощь наибольшему количеству пожилых людей. Учитывайте, что ваша целевая аудитория недостаточно мобильна, т.к. это пожилые люди, поэтому при подборе помещений необходимо выбирать такие места, куда вашим клиентам будет удобно добираться. Например, не стоит размещать Центр на четвертом или

пятом этаже в здании без лифта. Многим из ваших клиентов будет нелегко добраться до вас! Библиотеки и общественные организации являются возможными вариантами для размещения вашего Центра. Помещение должно быть удобным, хорошо отапливаемым и иметь возможность организации рабочих мест для студентов, которым будут нужны компьютеры и телефонная связь. Компьютеры должны иметь выход в Интернет. Будет хорошо, если вы сможете предложить своим посетителям чай, кофе или воду.

- **Номер телефона для центра.** Скорее всего те клиенты, которые живут далеко от Центра, не всегда смогут до вас доехать, особенно в зимнее время. Для них можно организовать консультации по телефону. В идеале телефонный номер вашего Центра должен легко запоминаться, и звонки на него должны быть бесплатными. Вам нужно постараться найти спонсоров, чтобы оплачивать телефонную линию Центра.
- **Пожилые люди.** Чтобы ваши центры успешно работали, вам необходимо выходить к своей целевой аудитории и сделать так, чтобы ваши услуги были доступны для пожилых людей. Для того, чтобы привлечь клиентов в Центр, вам необходимы реклама, качественные услуги и правильное расположение центров в удобных для ваших клиентов местах.

Необязательные ингредиенты

- **Местная юридическая фирма или другая организация,** которая может провести тренинг и предоставит вам помещение для консультаций. Имея в партнерах юридическую фирму или другую организацию, студенты смогут рассчитывать на поддержку профессионалов и почувствовать атмосферу настоящей работы. Это также повысит степень доверия к вашему центру.
- **Партнерские связи с департаментами,** которые занимаются вопросами пожилых людей в госучреждениях. Такие взаимоотношения помогут вашему Центру следить за всеми изменениями и новыми постановлениями, касающимися пожилых людей. Наличие таких контактов может позволить вам качественно решать некоторые вопросы ваших клиентов. Свяжитесь с сотрудниками подобных служб в самом начале вашего проекта и расскажите о нем. Кто-то из ваших консультантов/экспертов наверняка поделится контактами и поможет вам организовать встречи.

Конечный результат

Результатом ваших усилий станет, по меньшей мере, один «Центр студенческой помощи пожилым людям». Помимо этого вы сможете улучшить положение, качество жизни и настроение пожилых людей, которые благодаря вам смогут почувствовать себя частью общества и получают конкретную помощь, в которой нуждаются. В то же время вы сможете приобрести важные профессиональные практические навыки, которые помогут вам быть более конкурентоспособным после окончания вуза.

Хотите узнать больше?

Посетите: <http://ydcp.irex.ru>

Рецепт проекта «Фотоаппараты в руках детей»

Описание проекта

Каждый смотрит на этот мир через свой уникальный фокус, а для того чтобы создать живую общность, требуются разные перспективы и подходы. В рецепте проекта «Фотоаппараты для детей» использованы семинары по фотографии для того, чтобы собрать вместе детей из различных групп, которые в обычной жизни нечасто общаются друг с другом. Вместе они приобретают и усваивают новые навыки и больше узнают о мире вокруг себя, выезжая на экскурсии с фотоаппаратами, чтобы впоследствии представить свои фотоработы на совместных выставках.

Этот проект реализовывался в нескольких регионах с целью объединения молодых людей и их сверстников с ограниченными возможностями. Но модель такого проекта, сутью которого являются фотомастерские и семинары, может быть использована для работы с совершенно разными группами молодых людей, например, с детьми из детских домов или с молодежью групп риска. Фотография и фотосъемка относятся к таким занятиям, где каждый может принимать участие, и через такое участие в совместных семинарах все молодые люди, вовлеченные в проект, становятся намного терпимее к различиям между людьми и повышают самооценку.

Ингредиенты

- Молодежь: в этот проект молодые люди должны прийти из разных социальных групп и с разным опытом (например, ребята с ограниченными возможностями, дети из детских домов, молодежь из групп риска, «троечники» и те, кого называют «активистами»).
- Партнер-взрослый: партнер-взрослый (консультант) нужен в этом проекте для того, чтобы обеспечивать продуктивное взаимодействие молодых людей, предлагая им при необходимости поддержку и руководство их деятельности.
- Партнеры-организации: поскольку этот проект сводит вместе несколько различных типов молодых людей, будет полезным сотрудничество с организацией, у которой есть опыт работы с теми группами молодежи, которые являются вашей целевой группой.
- Фотоаппараты: поскольку фотография в этом проекте является объединяющим компонентом, фотоаппараты нужны для всех участников. Поскольку фотографии будут представлены на выставке, доступ к цифровому фотопринтеру тоже необходим. (См. рецепт «Привлечение ресурсов» на стр. 71 в котором вы найдете подсказки и рекомендации как привлечь средства на реализацию своих идей).

Шаги

1. Привлеките молодежь в проект (см. рецепт «Привлечение участников» на стр. 74 для информации). Обычно в таком проекте участвует равное количество ребят из двух или более различных социальных групп, (например, половина ребят в проекте – с ограниченными возможностями, а другая половина – их здоровые сверстники). Поскольку цель проекта –

повысить уровень толерантности в молодежной среде через совместное творчество, участие в проекте представителей разнообразных социальных групп необходимо для достижения цели проекта.

2. Найдите тренеров, чтобы провести занятия по основам искусства фотографии. В идеале тренер должен иметь опыт работы с различными категориями молодежи и одновременно увлекаться фотографией. На тренинге прежде всего необходимо создать такую обстановку, в которой все участники смогут чувствовать себя комфортно и в которой может появиться истинный интерес к фотографии. Например, если в проекте принимает участие молодежь с ограниченными возможностями, на тренинге необходимо предусмотреть проблемы, связанные с ограничением мобильности таких участников (лифты, пандусы, и т.д.).
3. Организуйте фотоэкскурсии. Как только участники освоят азы фотографии, они должны отправиться на экскурсии, чтобы опробовать свои навыки. Экскурсии нужно организовывать в разнообразные места – в парк, интересный район вашего города, музей и т.п. Будет лучше, если каждая экскурсия будет тематической, например, «Наша жизнь» или «Красота осенней природы». Сами участники проекта, скорее всего, смогут предложить множество идей по поводу мест для экскурсий и темы для них.
4. Организуйте фотовыставку. После того как участники съездили на несколько экскурсий и опробовали на практике навыки фотографии, самое время представить эти работы на выставке на всеобщее обозрение. Молодые участники проекта должны решить, какие из своих работ они представляют на выставке, и как их лучше подать. Если возможно, организуйте выставки в нескольких местах: в школе, библиотеке, торговом центре и других общественных местах, где они привлекут внимание наибольшего количества людей. Такие выставки могут стать для проекта хорошей возможностью найти новых партнеров и спонсоров.
5. Продолжайте привлекать в проект новых участников и помогайте молодым людям улучшать навыки фотографии. После первой же выставки попробуйте привлечь в проект новую группу участников и повторите весь цикл проекта сначала. Для тех, кто уже усвоил базовые навыки искусства фотографии, организуйте мастер-классы по освоению специфических элементов фотодела, чтобы ваши участники могли и дальше совершенствовать свои навыки.

Конечный результат

В качестве конечного результата этот проект получит инклюзивное сообщество молодых людей, которые умеют принять другого человека, как бы сильно он ни отличался от них самих, и принимают людей с разным опытом и прошлым. В дополнение к этому участники получают навыки искусства фотографии, которые они вполне могут использовать для построения профессиональной карьеры.

Хотите узнать больше?

Посетите <http://perspektiva-inva.ru>

Рецепт проекта

«Экстремальный и приключенческий туризм (Альбатрос)»

Описание проекта

Попытки раздвинуть естественные границы – это закономерный этап взросления, а приключенческий туризм может стать для молодежи хорошей возможностью проверить себя хорошим, «здоровым» способом. Цель этого проекта – привлечь молодежь группы риска к приключенческому туризму через вовлечение ребят в различные спортивные мероприятия, такие как пешие, водные, горные, спелеологические и другие виды походов в зависимости от возможностей организации и тренеров. Собирая этих ребят вместе, организуя их совместную работу и позволяя им чувствовать себя сильнее и ответственнее, взрослые помогают им вырасти успешными людьми. Помимо того, что они развивают навыки командной работы и выживания в трудных условиях, эти молодые люди также готовятся к профессиональной деятельности в становящемся все более популярном направлении – экотуризме – в качестве тренеров и организаторов походов. Этот проект лучше всего подойдет молодежной организации или центру, у которого есть возможности и знания организации туристических мероприятий для молодежи и подростков, а также финансовые возможности для закупки оборудования и оплаты работы тренеров.

Ингредиенты

- **Молодежь:** молодые люди с проблемами в поведении, которые потенциально подвержены риску, или те, кто не участвует в других внеклассных мероприятиях – идеальная целевая группа для такого проекта.
- **Партнер-организация:** молодежная организация для реализации проекта. В идеале такая организация должна иметь опыт разработки и реализации туристических и спортивных мероприятий для молодежи.
- **Партнер-взрослый:** взрослый консультант необходим для координации приключенческих походов.
- **Тренеры.** Если организация не имеет опыта и навыков в обучении молодежи и организации походов, необходимо привлечь профессиональных тренеров с подобным опытом.
- **Оборудование.** Точный список оборудования зависит от содержания выбранных мероприятий, но скорее всего будет включать такие базовые вещи, как палатки, спальные мешки, рюкзаки и более специфическое оборудование, например, спелеологическое. Если у вашей организации еще нет такого оборудования, рассмотрите вариант сотрудничества с туристическими клубами, чтобы позаимствовать оборудование у них или купить по сниженной цене.
- **Финансирование:** средства будут нужны для закупки оборудования, которого ваша организация не имеет и не сможет позаимствовать. Финансирование также нужно для

закупки продуктов, оплаты транспорта и других расходов, которые предполагает приключенческий поход.

- **Партнеры-организации**, где молодые люди смогут применить на практике полученные в походах знания. Эти организации могут также помочь найти тренеров и приобрести оборудование для проекта.

Шаги

1. Набор участников: найдите ребят из групп риска и привлечите их к участию в проекте. Ваша организация сможет заинтересовать этих молодых людей, потому что вы предлагаете им нечто интересное, что отличается от типичных внеклассных мероприятий. В отличие от художественного творчества или общественной работы этот проект предлагает физическую активность, обучает их навыкам туризма и выживания. Обратитесь к рецепту «Набор участников» (стр. X) за подробностями.
2. Обучение: организуйте тренинги для молодежи по обучению навыкам выживания и специфическим навыкам для тех видов туризма, которые выбраны для проекта (например, рафтинг, исследование пещер и т.д.), используя как практические занятия, так и просмотр документальных фильмов. Тренинги должны включать элементы командной работы и развития лидерских качеств, поскольку главная задача – не только улучшить навыки участников, но и повысить их самооценку. Лучшие участники проекта должны впоследствии стать тренерами для своих сверстников в следующих раундах и мероприятиях проекта.
2. Походы: запланируйте и проведите первый приключенческий поход для группы с помощью привлеченных тренеров, если необходимо. Это та стадия проекта, когда молодые люди могут на практике опробовать свои навыки и принять участие в спортивных или туристских мероприятиях, которые они изучали на тренингах. Более сильные и подготовленные участники должны тренировать и помогать тем, кому нужна поддержка.
3. Соревнования (в зависимости от типа мероприятия): некоторые мероприятия проекта могут включать соревнования на городском или региональном уровне. Если ваши ребята будут принимать участие в таких соревнованиях, займитесь их подготовкой отдельно.
4. Разработайте программу наставничества: организуйте более опытных участников в команду наставников вашей организации. Проведите для них тренинг для тренеров, во время которого они узнают, каким образом обучать новых участников туристическим навыкам и навыкам выживания, а также каким образом тренировать сверстников во время самих походов.
5. Поиск мест работы: организуйте взаимодействие с партнерскими компаниями для того, чтобы трудоустроить наиболее способных и успешных из ваших участников. Экотуризм – это область, которая завоевывает все большую популярность, и молодые люди, принимающие участие в проекте «Альбатрос», получают определенные навыки, которые позволяют им профессионально работать в этом секторе. Такая работа может быть временной (например, на летний период) или постоянной – на целый день в зависимости от потребностей компании.

6. Повторите цикл: привлекайте участников проекта к его руководству, задействуйте их в качестве волонтеров или тренеров при подготовке новых групп. Эти добровольцы могут стать серьезной помощью на всех этапах программы. Они будут демонстрировать остальным, каким образом выполнять те или иные действия, и тем самым поднимать свою самооценку и развивать навыки работы тренера, обучая своих сверстников тому, что сами знают и умеют.

Хотите узнать больше?

Посетите <http://ydcp.irex.ru>

Рецепт «Как привлечь средства в проект» (фандрайзинг)

Описание

Многие проекты в этой книге рецептов требуют дополнительных источников финансирования, но это не должно пугать вас при желании реализовывать проекты! Этот рецепт привлечения финансовых ресурсов даст вам представление о том, какие базовые шаги нужно сделать, чтобы получить пожертвования от местного бизнеса, организаций и частных лиц. Помните, что существует множество схем привлечения ресурсов, и информация, которая представлена в этом рецепте, является стартовой. Если вы проведете собственное исследование о путях привлечения ресурсов, это поможет вам быть более эффективными, и, возможно, подскажет новые идеи. Будьте готовы к тому, что временами от безысходности у вас будут опускаться руки, но знайте – чем больше вы занимаетесь фандрайзингом, тем легче становится привлекать средства. Помните о том, что даже если вы не получили желаемого результата с первого раза, не нужно отчаиваться, а стоит продолжать начатое дело!

Ингредиенты:

- **Команда проекта.** Как самый важный ингредиент во всех рецептах этой книги, вы и ваши сверстники будете играть ведущую роль и в привлечении дополнительных средств в проект.
- **Задача для привлечения средств.** Прежде чем вы начнете эту работу, вам необходимо точно определить, сколько средств вам необходимо!
- **План и график мероприятий.** К процессу привлечения средств нужно подходить профессионально и организованно, поэтому и план, и график мероприятий совершенно необходимы. План должен содержать конкретную сумму или перечень необходимых товаров и услуг, список потенциальных доноров и обязанности участников группы.
- **«Речь в лифте».** Это – короткая речь (вы должны ее произнести за то время, пока лифт едет с этажа на этаж), которая четко и ясно передает суть того, что вы хотите сказать и побуждает людей сотрудничать с вами. Если вы подходите к потенциальному донору с «речью в лифте», то он понимает, что вы серьезно относитесь к тому, о чем говорите и хорошо знаете свой проект. Ясно расскажите об ожидаемых результатах проекта и о его пользе для общества.
- **Позитивный настрой, энергия и мотивация.** Вы знаете, что ваш проект поможет не только вам, но и другим членам общества, и вы должны суметь донести эту информацию до своих собеседников так, чтобы они захотели вам помочь. Имея позитивный настрой, энергию и мотивацию, вы справитесь со своей задачей по привлечению ресурсов.

Шаги

Подготовительный этап

1. Сформулируйте свою цель для привлечения средств. Сколько денег вам понадобится для реализации вашего проекта? Для того чтобы определить свою цель для привлечения

средств, составьте бюджет потенциальных расходов по проекту. Составьте список всех товаров и услуг, которые вам понадобятся, и продумайте, каким образом вы их приобретете. Сверьтесь с ценами в магазинах, чтобы понять стоимость отдельных товаров, и затем вычислите общую сумму. Определитесь, хотите ли вы получить в качестве пожертвований товары или деньги. Вся эта информация поможет сформулировать вашу цель.

2. Разработайте план и график мероприятий. Обсудите, каким образом вы будете осуществлять привлечение ресурсов, после этого вы сможете разработать свой план. Вы также должны распределить обязанности между участниками группы. Вот пункты, которые необходимо включить в план:
 - Дата, когда ваша цель должна быть достигнута. В дополнение к окончательной дате своего проекта, вы можете обозначить промежуточные сроки, чтобы отслеживать прогресс, которого вы постепенно достигаете. Будьте реалистами, но не бойтесь мечтать!
 - Потенциальные доноры. Подумайте о представителях бизнеса, организациях и простых гражданах, которые с наибольшей вероятностью поддержат ваш проект, особенно учитывая тот факт, что вам нужны определенные товары. Имеет ли кто-то из участников вашей группы связи с представителями бизнеса, которые вероятнее всего смогут сделать пожертвование? Есть ли частные лица или организации, которые часто выделяют средства на молодежные программы? Чем большее количество потенциальных доноров вы привлечете к участию в проекте, тем лучше. Попробуйте не ограничивать себя привычными рамками, когда будете искать доноров. Иногда вам будут давать деньги люди, от которых вы этого меньше всего ожидаете.
 - Определите, кто к какому донору пойдет. Полезно иметь в команде людей со связями в бизнесе, организациях или с частными донорами. Личные связи могут быть очень полезными в деле привлечения ресурсов.
3. Создайте базу данных потенциальных доноров. Воспользуйтесь списком, составленным в шаге 2, и составьте базу данных, которая будет содержать контакты потенциальных доноров, включая ФИО, чей контакт/родственник/знакомый из членов группы, кто с ним разговаривал по поводу пожертвования, сумма, о которой шла речь, и есть ли интерес к проекту. Оставьте также место для общих комментариев.
4. Напишите вашу «речь в лифте». Это – ключевой элемент ваших мероприятий по привлечению средств. Вам необходимо суметь представить себя и свой проект четко и ясно для того, чтобы убедить людей пожертвовать на него. Помните, что ваша устная презентация должна меняться в зависимости от того, к кому она обращена. «Подстраивайте» презентацию под каждого донора. Отрепетируйте ваши презентации друг на друге, чтобы услышать, какая из них наиболее убедительна!

Активный этап

1. Начинайте реализовывать активный этап своего плана и привлекать средства в проект! Встречайтесь с потенциальными донорами, используя подходящие для них «речи в лифте». В зависимости от того, организация это, представители бизнеса или частное лицо, возможно, будет лучше позвонить заранее и договориться о встрече. Всегда будьте предельно профессиональны, когда разговариваете с потенциальными донорами.
2. Ведите учет средств, которые вы сумели привлечь в проект. Когда будете разговаривать с людьми о пожертвованиях, расскажите им о своих задачах, и о том, насколько вы близки к их реализации! Можно использовать графики, отражающие ваш прогресс. Размещенные на видном месте, они станут хорошим стимулом для всей команды.
3. Не отчаивайтесь, если вы слышите «нет» слишком часто. Будьте готовы к тому, что не все ваши потенциальные доноры дадут вам деньги. Именно поэтому вы собрали такую большую базу данных! Помните, вам просто нужен человек, который даст вам денег. Поэтому – не сдавайтесь!
4. Делайте пометки в базе данных о донорах, которые были отзывчивы, и о тех, которые не хотели помогать вам. Также отметьте, сколько каждая организация, бизнес или частные лица внесли пожертвований. Эта информация будет полезной во время будущих фандрайзинговых кампаний.
5. Поблагодарите доноров. Отправьте им благодарственные открытки и пригласите их принять участие в ваших мероприятиях! Вам нужно дать им почувствовать себя частью проекта.

Этап оценки

1. Как только вы достигнете вашей цели, оглянитесь и проанализируйте, как прошли ваши мероприятия по привлечению средств. Что было особенно успешным? Что можно сделать лучше? Используйте эту информацию во время следующего раунда проекта.
2. Повторите цикл, когда вам снова понадобятся дополнительные средства для проекта. Обязательно составьте список новых потенциальных доноров и обновите базу данных.

Конечный результат

Этот рецепт поможет вам привлечь в проект дополнительные средства и необходимые товары. Вы также улучшите свои навыки профессионального общения и укрепите связи с местным сообществом.

Рецепт «Привлечение участников» (рекрутмент)

Описание

Для того чтобы реализовать ваш проект и позволить ему развиваться, вам придется привлекать сверстников и, возможно, взрослых, в зависимости от того, что нужно в проекте. Этот рецепт дает вам представление об основных шагах, которые вам нужно совершить, чтобы привлечь других в ваш проект.

Ингредиенты

- **Вы и другие члены вашей команды.** Как представитель молодежи – главного ингредиента в рецепте вашего проекта, вы знаете, что может сделать ваш проект привлекательным для ваших сверстников и потенциальных партнеров. Именно это значит, что вы – самый важный ингредиент этого проекта!
- **План или планы привлечения участников.** Вам необходимо составить отдельный план для каждой целевой аудитории. План должен включать информацию о том, сколько человек вы планируете привлечь в проект, и какие роли в проекте будут у этих людей. Вам также следует определить сроки для достижения цели и ясно обозначить обязанности всех участников группы.
- **Информация о проекте.** Вам необходимо уметь четко и с энтузиазмом объяснить, почему проект достойный, и о том, частью чего станут ваши ровесники или партнеры. Информация может меняться в зависимости от того, кому она предназначена.
- **Энтузиазм и позитивный настрой.** Убедить других будет легче, если они увидят, как вам самому нравится это делать!

Шаги

Подготовительный этап

1. Определите ваши задачи набора новых участников и создайте свой план действий для каждой группы, из которой вы планируете набирать участников. Обязательные составляющие плана:
 - Тип и количество людей, которых вы хотите привлечь. Будьте как можно точнее. Вы ищете молодых людей с определенным набором навыков? Студентов определенных факультетов? Ваш проект открыт для любого человека любого возраста? Вы ищете взрослых для преподавания бизнеса или лекции по истории общества? Определите тех, к кому вы пойдете. Как только вы с этим определитесь, найти методы для привлечения этих людей будет уже гораздо-гораздо проще.
 - Методы привлечения: сарафанное радио, рекламные постеры, телевизионная и радиореклама, участие в ярмарках или презентации на мероприятиях. Не забудьте, что можно найти способ, как обратиться к бизнесу, организациям и

частным лицам. Выбранные вами методы будут зависеть от вашей целевой группы.

- Дата, которая будет для вас определяющей для достижения цели. Вам могут помочь промежуточные даты, которые на протяжении проекта помогут вам определить, как вы продвигаетесь к цели.
 - Кто будет отвечать за определенные задачи? Когда ваши усилия начнут приносить результаты, вам нужно быть уверенным в том, чтобы ни один из компонентов не пропал даром.
2. Напишите основные тезисы вашей речи о проекте. Каковы три самых классных момента в проекте лично для вас? Подумайте о том, почему вы сами приняли участие в этом проекте в первую очередь. Имейте в виду, что детали вашего рассказа о проекте могут изменяться в зависимости от того, к кому вы будете обращаться. Со сверстником вы будете разговаривать иначе, нежели с бизнесменом.
 3. Соберите все материалы, необходимые для выполнения вашего плана. Будете ли вы размещать постеры или раздавать флаеры? Воспользуйтесь идеями, которые вы обсуждали, когда готовили информацию о проекте и будьте настроены творчески!

Этап действий

Время реализовать ваш план и найти новых членов и партнеров!

1. Поговорите с людьми о проекте и в формальной, и в неформальной обстановке. Убедитесь, что вы используете информацию, которую подготовили именно для той группы людей, с которой говорите.
2. Разместите материалы с информацией о проекте и рекламируйте свой проект.
3. Создайте базу данных новичков и потенциально интересных вам людей, включая их контактную информацию. Может оказаться полезным создание отдельных баз данных для каждой категории людей, среди которых вы собираетесь искать тех, кто нужен вам.
4. Поддерживайте постоянный контакт с людьми, которые проявили интерес к вашему проекту. Вы можете позвонить, отправить сообщение или послать записку. Обязательно приглашайте их на мероприятия проекта и сообщайте о том, что у вас происходит.
5. Используйте любую доступную для вас возможность при привлечении людей в проект. Даже если вы уже достигли тех целей, которые себе поставили, не прекращайте говорить о своем проекте и постоянно старайтесь заинтересовать остальных. Вы никогда не узнаете наверняка, когда именно вам нужны волонтеры. Чем чаще вы будете говорить о проекте, тем легче это будет для вас, и с тем большей уверенностью вы будете держаться. Помните, что практика рождает совершенство!

Этап осмысления

1. Как только вы достигнете своих целей, соберите группу для обсуждения и решите, что прошло хорошо, а что можно сделать лучше. Используйте результаты этого анализа для планирования и проведения будущих кампаний по набору участников проекта.
2. Повторите описанные выше этапы и шаги, когда вам нужно будет снова привлечь больше людей в проект. Помните о том, что ваши усилия должны быть подстроены под конкретную группу людей, и постоянно пополняйте базу данных!

Получите результат

Этот рецепт в качестве результата выявит достаточное количество людей для успешного воплощения и расширения вашего проекта. Вы также приобретаете уверенность в себе, когда будете разговаривать с разными категориями людей.