

ПОСІБНИК ДЛЯ ТРЕНЕРІВ

**Правозахисна Програма по відновленню миру і діалогу для внутрішньо переміщених жінок
«Голос жінки має силу 2019»**



Проект фінансується Інститутом міжнародних культурних зв'язків (IFA) коштами Міністерства закордонних справ Федеративної Республіки Німеччина.

**Наклад 400 примірників.
Розповоджується безкоштовно.**

ЗМІСТ

Вступ	2
Розділ I. Загальні засади громадського правозахисту	
1.1. Що таке права людини	3
1.2. Принципи діяльності правозахисних організацій	9
1.3. Громадські дії на захист суспільних інтересів	12
1.4. Адвокаційні кампанії: крок за кроком	17
Розділ II. Інтеграція в нову спільноту – з чого почати нове життя?	
2.1. Концепт «ВПО» та формування образу соціальної групи	25
2.2. Забезпечення потреб та дотримання прав ВПО	27
2.3. Проблемні питання участі ВПО у громадянському житті	28
2.4. Участь ВПО в економічному житті та підприємницька ініціатива	29
2.5. «Звикання» до проблем ВПО	31
2.6. Участь ВПО в соціальному житті громади	32
2.7. Чому участь важлива?	35
Розділ III. Професійні основи блогерства	
3.1. Стандарти журналістики для блогера	36
3.2. Як писати цікаві тексти: поради для блогерів	42
3.3. Контентна стратегія блогера	46
3.4. Як стати сервісним медіа	52
3.5. Блог як інструмент реалізації Резолюції 1325 «Жінки. Мир. Безпека»	55
Розділ IV. Громадянська освіта: тренінгові моделі	
4.1. На якому етапі процесу ми знаходимося і куди рухаємось?	57
4.2. Тренінг «Правові умови спільного прийняття рішень»	58
4.3. Тренінг «Процес спільного прийняття рішень»	59
4.4. Тренінг «Роль органів влади в процесі спільного прийняття рішень»	60
4.5. Тренінг «Ефективне працевлаштування»	62
4.6. Рольова гра «Я - українець»	76
Список корисних ресурсів	80

©Над упорядкуванням посібника працювали: Євген Фомін, Катерина Степаненко, Ірина Ткаченко та Юлія Панченко. Окремі подяки керівнику Центру громадянських свобод Олександрі Матвійчук.

Вступ

Третій рік поспіль, з 2017-го року, громадська організація «Фундація прав людини» втілює в життя Програму з відновлення миру і діалогу для внутрішньо переміщених жінок «Голос жінки має силу» (Women Voices Count). Мета проекту – сприяти побудові діалогу серед внутрішньо переміщених жінок, підвищувати професіоналізм лідерок громадських організацій у таких сферах, як онлайн правозахист, блогерство, арт-технології. У перспективі це стане фундаментом для відновлення миру в нашому суспільстві.

Проект реалізується за підтримки Інституту міжнародних культурних зв'язків (Institut für Auslandsbeziehungen) коштами Міністерства закордонних справ Федеративної Республіки Німеччина.

Цей посібник дає розуміння важливих питань, з якими працюють громадські організації, котрі опікуються проблемами вимушено переміщених осіб. До посібника включені розділи, присвячені загальним засадам громадського правозахисту та діяльності правозахисних організацій, інтеграції внутрішньо переміщених осіб у нову спільноту, питанням створення продуктивних суспільних комунікативних платформ у вигляді блогів, запропоновані тренінгові моделі у сфері громадянської освіти.

Посібник містить теоретичні положення та практичні рекомендації на допомогу громадським діячам і соціальним робітникам, котрі працюють з вимушеними переселенцями, активістам, які прагнуть розвиватися і розвивати свої громади.

Матеріали посібника можуть стати основою, на якій громадські організації та внутрішньо переміщені особи зможуть формувати політику і розбудовувати діяльність, послуговуючись принципом активного залучення до спільноти. Такий підхід відповідає принципам і рекомендаціям міжнародних документів з прав людини, актуальним потребам та викликам сучасного українського суспільства. Матеріали можуть бути використані для підготовки фахівців у царині громадянської освіти.

Розділ I. Загальні засади громадського правозахисту

1.1. Що таке права людини

Права людини – галузь знань, дотична до філософії і, насамперед, етички, юридичних та політичних наук. У своєму сучасному вигляді ця галузь знань виникла після Другої світової війни, але її джерела чітко просліджуються вже в давнині, у Середньовіччі і – звичайно – в епоху Просвітництва. За комунізму права людини не були предметом досліджень і не викладалися. Однак сам вираз "права людини", природно, доповнений прикметником "соціалістичні", почав з'являтися у сімдесяті й вісімдесяті роки, заплутуючи і навмисне розмиваючи ідеї, що приходять до нас із заходу, й іменовані в соціалістичних на той час країнах "буржуазними правами людини".

Насамперед треба визначити зміст основних понять, не намагаючись запропонувати загальноприйняті дефініції. Перші сумніви викликає термін демократія. Журналісти часто ставлять запитання, який сенс займатися правами людини, коли наразі "у нас уже запанувала демократія". Вони ототожнюють демократію з владою більшості, доказом чого, на їхню думку, є вільні, чесні та прозорі вибори. Однак, як показує історія, влада більшості може виявитися дуже жорстокою стосовно окремих людей і різноманітних меншин. Саме більшість винесла смертний вирок Сократові і навряд чи ми вважаємо, що це добре характеризує політичний лад Афін. Якщо ми запропонуємо групі людей скласти список з десяти чи двадцяти ознак, що характеризують або їх самих, або їхнє положення, то виявиться, що в таких списках переважають властивості, притаманні меншостям. Більшість же звичайно забуває про проблеми меншостей, а деякі з цих проблем навіть викликають ворожість більшості. Виходить, необмежена влада більшості є погрозою для окремих осіб і груп. І тому в нашому розумінні демократія – це обмежена влада більшості, обмежена всіма правами і свободами, що належать окремим людям. І більшість не має права порушувати ці права і свободи. Права і свободи людини обмежують волю більшості.

Принцип обмеженої влади часто виступає за назвою принципу конституційності. У наш час цей принцип знаходить своє відображення в главах конституції – це ті глави, у яких мова йде про права і свободи людини. Вони обмежують, у першу чергу, владу законодавця, тому що говорять, що члени парламенту не можуть підняттям руки взяти та проголосувати, що завтра ми перевішаємо всіх злочинців, виженемо з країни представників національних меншин чи відніmemo землю в землевласників. Отже, у демократичному суспільстві права і свободи людини визначають межі влади більшості.

Одним із ключових понять у галузі прав людини є поняття **правової держави**. Правова держава – це така держава, у якій існують чіткі, стабільні і усім відомі правила гри між людиною і владою. Це держава, у якій людина може досить чітко передбачити, як влада буде реагувати на поведінку, тому що в цій державі правлять не самоуправні чиновники і посадові особи, а чіткий закон.

Природньо, правова держава не завжди є демократичною, а демократична – правовою.

Права і свободи людини відносяться винятково до зв'язку людини з державою. Це так звана «вертикальна дія» цих прав. Спроби застосувати методологію і термінологію прав людини до відносин між людьми (так звана горизонтальна дія цих прав) не виправдалися і, говорячи сьогодні про права людини, ми маємо на увазі взаємини між людиною і державою. І хоча родина, любов, дружба чи стосунки з сусідами є джерелами цілого ряду прав і обов'язків, поняття прав людини до них не застосовується.

Права людини – не колективні, а індивідуальні. Як суб'єкт цих прав виступає людина. І тому в рамках прав людини не можна говорити про права меншин – це мова і предмет політики (і як приклад такого колективного права можна привести право на автономність) – у руслі прав людини варто говорити про права осіб, що належать до національних меншин, не про права інвалідів як групи, а про права кожного інваліда окремо. Єдиним відступом від цього правила є введена в шістдесяті роки в обидва Міжнародні пакти про права людини ООН:

Перша стаття, відповідно до якої "усі народи мають право на самовизначення". Права народів не впливають з індивідуальних прав – це типові колективні права. Стаття потрапила в Міжнародний пакт по політичних розуміннях, а ми, говорячи про права людини, маємо на увазі не права народу, суспільного класу чи стану, а права окремих осіб.

Існують дві основні групи прав людини: **матеріальні і процесуальні права.**

Матеріальні права охоплюють конкретні права і свободи, що належать людині: свобода слова, совісті, вибору місця проживання, право на освіту та інші.

Процесуальні права – це надані в розпорядження людини способи дії і зв'язані з ними інститути, за допомогою яких людина змушує владу дотримувати і виконувати права.

Це поділ не завжди чіткий. Наприклад, у деяких випадках право на судовий розгляд можна розглядати як матеріальне (коли ми звертаємося в суд як до арбітра, що вирішить нашу суперечку з іншою людиною), а в інших випадках (наприклад, коли ми подаємо в суд скаргу на організацію, що порушує наші права) – як процесуальне право.

Матеріальні права охоплюють права і свободи. Права, іноді називають позитивними правами, – це активні обов'язки влади стосовно кожного з нас.

Наприклад, право на освіту накладає на владу обов'язок створити школи, у яких зможуть вчитися всі діти. І в даному випадку не настільки важливо, як вирішується питання оплати за освіту, тобто чи передбачається пряма оплата школи чи сплата податків у держбюджет, що виступає в ролі посередника. А от якщо дитина не може отримати освіту в силу того, що – при першому з названих вище рішень – немає ефективної системи виплати стипендій, то порушується право на освіту. Точно так само право на суд припускає обов'язок побудувати мережу судових установ, у які може звернутися кожна людина для вирішення важливої для нього справи.

Свободи, іноді називають негативними правами, – це заборони, що накладаються на владу, втручатися в ті чи інші області нашого життя. Свобода слова чи свобода совісті – це заборона втручання державної влади в життєві питання людини. Інакше кажучи, якщо я маю на щось право, то влада зобов'язана щось для мене зробити. Якщо мені належить свобода, то держава зобов'язана утриматися від будь-яких дій.

Наша мова не завжди точно передає зміст виділення позитивних і негативних прав. У буквальному розумінні права на життя варто було б думати, що держава зобов'язана обдарити мене безсмертям, тоді як тут мається на увазі скоріше право на життя, а право сповідати чи змінювати свою релігію чи переконання означає заборона втручання в питання віросповідання чи переконань, тобто свободу релігії та переконань. Не варто боротися чи вносити корективи в мовну норму, але доцільно відокремлювати позитивні права від негативних.

Деякі права вважаються невід'ємними. Це ті права людини, від яких вона не може відмовитися. Підписаний людиною документ, у якому вона відмовляється від особистої свободи і потрапляє до когось в рабство, не має ніяких юридичних наслідків, тобто просто позбавлений значення. Але ми можемо розпоряджатися своїм майном і обмежити своє право власності, тому що право на власність не є невід'ємним правом людини.

Оскільки усе, що пов'язано з правами і свободами, відбувається на лінії взаємин людини з владою, то варто згадати про трьох зовсім різних підходах до природи цих відносин. Відповідно до першого підходу – влада первинна і саме влада, з своєї милості, обдаровує людей тими чи іншими правами. Це означає, що в людей стільки прав, скільки їм дала влада. Такий підхід представлений у конституціях усіх соціалістичних країн XX століття і в конституціях деяких європейських держав, прийнятих у XIX столітті. Другий підхід базується на моделі суспільного договору. Суспільний договір укладає влада, з одного боку, і народ як сукупність окремих людей (і ніяк не в марксистському розумінні суспільства як "нової якості" із властивими йому особливими інтересами, незалежними від волі та інтересів окремих людей), з іншої. Ті, ким правлять, погоджуються давати правителям гроші, наприклад, платити податки, а правитель, зі свого боку, зобов'язується щось для них робити: реалізувати їхні права й утримуватися від втручання в деякі області їхнього життя, тобто визнавати їх права. Такий договір, більш-менш вигідний для однієї із сторін, часто називається конституцією.

Третій підхід властивий американському мисленню. Люди, що володіють природними, що випливає із самої сутності людяності, правами і волями, вирішують створити державу і призначити владу для того, щоб їм стало краще і зручніше жити. І заради того, щоб держава могла діяти, вони в добровільному порядку погоджуються обмежити деякі з своїх прав, передаючи їх державі. Наприклад, вони погоджуються обмежити свої майнові права і платять податки чи обмежують свою свободу і – у міру потреби – погоджуються служити в армії.

Остання з цих моделей докорінно відрізняється від першої. При першому підході в людей рівно стільки прав, скільки їм дає влада. При третьому підході у влади стільки прав, скільки їй погодилися передати люди. З цієї різниці в

підходах впливають істотні практичні наслідки. У цьому легко переконатися, вибравши правову норму і застосовуючи її до конкретного, добре підбраного випадку: в залежності від того, чи будемо ми дотримуватися першого чи третього підходу до розуміння взаємин між людиною і владою, ми прийдемо до зовсім різних рішень. Це свідчить, що навіть у результаті тих самих положень може формуватися принципово інша суспільна дійсність. Третій підхід, відповідно до якого владі дозволено тільки те, що допускається законом, а людині – усе те, що не заборонено законом, і є основою концепції прав людини. Нагадаємо, що ми займаємося тільки питанням взаємин людини з владою, і що положення, відповідно до якого людині дозволено усе, що не заборонено законом, лише обмежує можливості насильницького втручання держави в наше життя, але не зменшує наші моральні зобов'язання стосовно близьких людей, сусідів чи людей взагалі.

Основним для концепції прав людини є поняття невід'ємної, уродженої **людської гідності**, або мовою соціального вчення католицької церкви, гідність людини. Людська гідність впливає із самої суті людства, вона притаманна як дитині, що ще нічого не встигла зробити, так і запеклому злочинцю. Людська гідність – це не те ж саме, що гідність особиста – поняття, близьке поняттю честі. Особисту гідність ми заробляємо самі, вона зростає, якщо ми поведимося шляхетно, і падає, якщо ми робимо підлість. Основним у концепції прав людини є перше з цих двох понять, тобто Поняття людської гідності. Її обґрунтування ми знаходимо в різних віросповіданнях і філософських теоріях. Для християн людська гідність визначається тим, що людина, створена по образу і подоби Бога, носить у собі частку гідності Творця. Але виявляється, що для подальшого ходу наших міркувань не суть важливо, як ми будемо обґрунтовувати існування людської гідності, у якій релігії й у руслі якої філософської школи будемо шукати його джерела, тому що, розглядаючи наслідки існування людської гідності, незалежно від точки відліку нашого пошуку, в підсумку ми прийдемо до дуже подібних переліків прав і свобод, що належать людині в його взаєминах з державною владою, прав, що захищають людину від принижень і нелюдського відношення до нього з боку могутньої держави, яка володіє засобами насильства.

Наші права і свободи – це наш щит, що прикриває нас, нашу людську гідність від зазіхань з боку держави. Права людини не в змозі надати нам гарантії, що нас будуть любити і пестити, не гарантують ні щастя в житті, ні – навіть – справедливості чи хоча б мінімального добробуту – вони лише захищають нас від принижень та зазіхань на нашу гідність і те лише тільки з боку одного, але найдужчого порушника, тобто Державної влади, що в демократії означає волю більшості. Завдяки правам людини індивід зберігає свою особистість, свою неповторність, тому що ні до нас, ні після нас не було і не буде нікого, хто був би таким же, як ми, з нашим особистим досвідом, нашими спогадами, почуттями і думками. Протилежністю устрою, що поважає неповторний і індивідуальний характер кожного з нас, є тоталітарний устрій, що прагне сформувати "нову людину" – задуманий диктатором еталон. У цих ідеальних громадян однакові думки, вони говорять те саме, навіть однаково одягнені, як, наприклад, корейці, чи китайці чорносорочечники, і бадьоро

марширують – лівої! Лівої! Чи беруть участь у фізкультурних парадах і живих картинах на честь Великого Вождя чи Великої Ідеї.

З людської гідності ми виводимо два основних поняття: рівності і свободи. Свобода все ще має трохи інше значення в Північній Америці й у Європі. Це визначається різною історією й різним положенням людей на цих континентах наприкінці ХІХ століття, коли формувалася сучасна концепція прав людини. В Америці колоністи рухалися на Захід, був достаток неколонізованих врожайних земель, а держава, створювана цими людьми, була їм потрібна лише тільки для захисту від зовнішніх і внутрішніх ворогів. Виникла необхідність у створенні інституту шерифа і системи правосуддя, що захищали від внутрішніх ворогів, і армію для захисту від ворогів зовнішніх. Індіанці вважалися зовнішніми ворогами. І справа не тільки в тім, що не було нестатку в яких-небудь інших втручаннях у життя громадян з боку держави, – ці втручання були небажаними, тому що обмежували б шанси завоювати особистий успіх. Саме з цим варто зв'язувати виникнення концепції свободи від держави – держави, чия роль зводилася до ролі сторожа, що створювалася лише для захисту. А в Декларації Незалежності з'явилося положення про право на прагнення до щастя, яке розумілося як негативне право: американцям надається свобода прагнути до щастя, а держава не може йому заважати.

У Європі того часу не було вільних земель, більшість людей працювало на землях, що належали іншим, перебуваючи у залежності від економічної і найчастіше – судової влади власників великих земельних угідь. Ці люди думали, що держава зможе призвати до порядку тих, хто їх пригноблює, зможе їм надати свободу. Таким чином виникла концепція свободи через державу. З свободою, що так розуміється, була пов'язана надія на те, що держава ошчасливить кожного громадянина, і ці сподівання знайшли своє відображення в праві, що ввійшло у документи Французької Революції, праві на щастя. Домагання, що випливають з європейської концепції свободи, відбилися на всій історії цього континенту – адже саме тут з'являлися правителі й уряди, які вірили, що знають, що треба зробити для людей, як їх ошчасливити. Лихо в тім, що деякі з них навіть намагалися запровадити це в життя.

Слово «рівність» на вустах політика може означати різні речі. Якщо про рівність говорить людина з – трохи спрощуючи – комуністичним походженням, він має на увазі рівність належних кожному грошей і негрошових засобів, життєвих умов. Яскравим прикладом такого підходу було гасло "у нас усіх однакові шлунки", а значить усім належить одне й теж саме.

Для соціаліста рівність означає рівність можливостей. Входячи в життя, люди повинні мати у своєму розпорядженні рівні можливості, потім здатні і працювати доможуться успіху, тоді як інші не зроблять кар'єри, але на старті усі повинні мати рівні можливості. Таке мислення з'являється в концепції прав людини при розгляді питань прав осіб, що належать до національних і суспільних меншостей.

Нарешті, ліберал розуміє рівність як рівність прав і рівність перед обличчям закону. Поняття рівності прав дуже близько за своїм значенням забороні дискримінації. А дискримінація – це будь-яка, що не має раціонального обґрунтування, побудована на підставі фізичних чи біологічних ознак,

диференціація прав. Приміром, не можна вважати дискримінуючою заборону на водіння автомобіля сліпим, тому що така заборона має раціональне обґрунтування. Але дискримінуючим буде заборона видавати водійські права блондинкам чи циганам. Як свідчить практика, можна створити правову систему, що не містить дискримінуючих положень. Однак дотепер не вдалося виробити систему, що відповідає другому з висунутих лібералами умов рівності, а саме рівності перед обличчям закону. Завжди й усюди посадові особи зовсім інакше поведуться з багатими і відомими людьми, ніж зі знедоленими або представниками зневажуваних суспільством груп. Існують різні системи, покликані згладжувати ці розходження, але ніде не вдалося домогтися повного успіху. Не виключено, що постулат рівного ставлення практично не здійснений, але це не означає, що від нього треба відмовитися. Зовсім очевидно, що в суспільних відносинах чи у взаєминах між людьми можуть виникати елементи нераціональної диференціації, але ця проблема виходить за рамки дійсного нарису, присвяченого питанню взаємин людини і держави.

Дискусія про рівність і свободу – відправна точка для складання переліків матеріальних прав і побудови інститутів і процедур, що гарантують дотримання державою всього того, що передбачено цими переліками.

Більшість матеріальних прав носить обмежений характер. З числа прав, що ввійшли в Європейську Конвенцію про захист прав людини й основних свобод, обмеження не можуть застосовуватися лише у відношенні права кожної людини на те, що вона не може піддаватися катуванням і не може бути в рабстві чи підневільному стані. Всі інші права, у тих випадках, коли вони суперечать правам і свободам інших людей або іншим цінностям, наприклад, безпеки держави, можна обмежити. Однак держава може відступити від своїх зобов'язань по захисту прав і свобод тільки в зв'язку з конкретними обставинами і лише тільки на підставі закону – сам уряд не має права вводити обмеження своїми рішеннями; ступінь обмежень прав і свобод повинен відповідати гостроті положення і захисту лише тієї цінності, у зв'язку з якою вводяться обмежувальні міри, а самі міри повинні відповідати принципам, прийнятим у демократичному суспільстві вільних людей. Питаннями того, чи не були допущені державою порушення однієї з цих умов, займається Європейський Суд з Прав Людини. І на тлі європейських нормативних актів зовсім необґрунтовані наші, людей, вирощених при комунізмі, побоювання, що якщо у влади є можливість обмежити права, то на практиці вона їх ліквідує.

Обмеження є і повинні бути, але їхній радіус дії і характер підлягають суворому контролю. Отже, можливість обмеження прав людини аж ніяк не зводить нанівець самої суті цих прав. Пошуки межі прав і свобод людини – справа складна, яка викликає конфлікти, а розвиток науки і техніки породжує нові труднощі.

Сам факт визнання прав і свобод людини не мав би скільки-небудь істотного значення, якби не існування процедур, завдяки яким кожна людина може захищатися від порушень своїх прав. Влада завжди схильна порушувати права, тому що так їй і правити легше, і більш легким представляється шлях до досягнення ідеалів. Ця схильність влади не зв'язана з яким-небудь конкретним устроєм і саме в зв'язку з цим настільки важлива побудова процедур, що

запобігають таким діям, що перешкоджають спробам держави зневажити своїми обов'язками, піти в обхід правил. Держава може ратифікувати Міжнародний пакт про цивільні і політичні права. Однак, якщо у громадян цієї держави не має процесуальних прав – можливості обвинуватити чиновника із соцзабезу, міліціонера чи міністра в тім, що вони порушують права, а спроби послатися на конституцію чи міжнародне право викликали – у кращому випадку – усмішки. У державах з демократичними традиціями в захисті прав і свобод людини беруть участь суди, зокрема, конституційний та адміністративний суд, парламентські уповноважені по правах людини (омбудсмени), з цією метою використовуються інститути цивільної законодавчої Ініціативи і референдуму, інститут індивідуальної конституційної скарги і петиції, пряме застосування інститутами держави конституції і міжнародних договорів в галузі прав людини, неурядові організації, яким закон надає можливості діяти. Деякі матеріальні права, наприклад, свобода слова, право на доступ до інформації про роботу державних органів, свобода зборів і асоціацій, варто розглядати не тільки як цінності, які необхідно захищати, але і як інструменти, що сприяють захисту інших прав. Нарешті, варто зазначити, що легше захищати права людини, якщо в державі існує відповідний політичний лад, діє принцип поділу влади: законодавчої, виконавчої і судової, котрі взаємно обмежують одна одну.

Права людини постійно розвиваються, їх стає усе більше як у внутрішнім законодавстві, так і в міжнародному (у цьому зв'язку варто згадати, що міжнародне право визначає мінімальний стандарт захисту прав людини, визнаний державами з різними культурними й історичними коренями, цей усіма визнаний мінімум розширює внутрішнє законодавство даної держави). Предметом дискусій зараз є не тільки нові, додаткові права, але і нові проблеми і погрози, наприклад, погроза порушення права на недоторканність приватного життя в зв'язку з успіхами інформатики, проблема границь наукового пошуку. Виникають нові права і свободи, йде пошук більш ефективного захисту прав і мір протидії порушенням з боку влади формально визнаних прав людини. Схильність обмежувати права особистості – іманентна властивість влади як такої. Зокрема, це відноситься і до влади більшості. І тому ніколи не зникне потреба в суспільному русі в захист прав людини. Сьогодні ми вже знаємо, що чим міцніше демократія, тим сильніше і тим більше організацій, що захищають від зазіхань влади індивідуальний і неповторний характер кожної людини.

1.2. Принципи діяльності правозахисних організацій

Правозахисні організації — це особливий вид недержавних громадських організацій, діяльність яких спрямована на утвердження й захист прав і свобод людини, ефективний контроль за їх дотриманням державою, її органами і посадовими особами. Правозахисні організації сприяють зменшенню організованого насильства, здійснюваного державою.

Предметом контролю правозахисних організацій є поточна державна політика в галузі прав людини, рішення, дії (бездіяльність) державних органів та їх посадових осіб, у результаті яких порушуються права і свободи людини, або створюються перешкоди для здійснення

людиною своїх прав і свобод, або людина незаконно залучається до виконання яких-небудь обов'язків або незаконно притягається до відповідальності. Ці порушення, перешкоди і примус можуть бути системними, тобто стосуватися не однієї людини, а групи людей, тому правозахисні організації розглядають заяви і скарги як фізичних, так і юридичних осіб, або проводять розслідування за власною ініціативою.

Правозахисні організації покликані вирішувати такі **задачі**:

1. **Захищати права і свободи людини**, що закріплені в Конституції і національному законодавстві (включаючи міжнародні договори, згода на обов'язковість яких дана парламентом);

2. **Бути джерелом інформації про права людини** для громадян та органів влади, підвищувати рівень освіченості в галузі прав людини, заохочувати становлення цінностей, що сприяють повазі й усвідомленню прав людини;

3. **Аналізувати стан з правами людини** у своїй країні і її окремих регіонах.

Для вирішення цих завдань правозахисним організаціям можуть виконувати такі функції:

1.1. розгляд заяв фізичних та юридичних осіб про недотримання прав і свобод людини, закріплених у Конституції, міжнародному праві і національному законодавстві;

1.2. інформування подавця заяви про його права і наявні можливості їх правового захисту і сприяння йому в доступі до цих засобів;

1.3. здійснення посередницьких функцій для відновлення порушених прав і свобод за допомогою погоджувальної процедури (медіації);

1.4. проведення громадських розслідувань фактів порушень прав людини (як по заявах – скарагах фізичних і юридичних осіб, так і за власною ініціативою);

1.5. направлення заяв (від імені заявника або від свого імені) компетентним органам для вирішення по суті;

1.6. звернення від імені заявника або від свого імені в суд і міжнародні організації;

1.7. участь у судовому процесі з метою відновлення порушених прав і свобод заявника;

1.8. винесення громадського осуду і громадського попередження органам і (або) особам, чії дії (бездіяльність) призвели до порушення прав і свобод людини.

2.1. Збір, підготовка й поширення інформаційних матеріалів, що включають: внутрішнє законодавство (у тому числі імплементоване міжнародне право), що стосується прав людини, коментарі до нього, відповідні адміністративні і судові рішення та їх тлумачення:

- внутрішні механізми захисту прав людини;
- міжнародні правові документи з прав людини ;
- інформацію про діяльність самої правозахисної організації і її власні публікації;

2.2. створення просвітницьких друкованих відео-, аудіо-, фото- і кіноматеріалів про права людини для масового споживача і спеціального призначення;

2.3. розробка навчальних планів, методик і програм викладання прав людини для різних соціальних і фахових груп;

2.4. проведення спеціалізованих семінарів з прав людини для представників так званих "професій ризику" (співробітників органів внутрішніх справ і служб безпеки, службовців пенітенціарних закладів та установ, адвокатів, суддів, прокурорів, військовослужбовців, лікарів, журналістів, профспілкових діячів, соціальних працівників), представників законодавчої і виконавчої гілок влади, пов'язаних із створенням і виконанням законодавства, що стосується прав людини;

2.5. організація різноманітних публічних кампаній і акцій із метою утвердження прав людини в суспільній свідомості.

3.1. Підготовка висновків щодо законів, законопроектів та інших нормативно-правових актів і програм, спрямованих на утвердження і захист прав людини, підготовка і надання парламенту через офіційних суб'єктів права законодавчої ініціативи власних законопроектів і програм;

3.2. моніторинг законодавства, судової й адміністративної практики в галузі прав людини;

3.3. сприяння ратифікації міжнародних договорів у галузі прав людини і спостереження за відповідністю національного законодавства і законотворчої практики міжнародним зобов'язанням у галузі прав людини;

3.4. підготовка незалежних доповідей про стан дотримання і захисту прав і свобод людини і коментарів до офіційних доповідей, що подається тією або іншою державою відповідно до міжнародних договорів;

3.5. підготовка і надання парламенту, уряду й іншим органам державної влади та управління аналітичних записок, рекомендацій й пропозицій, що стосуються будь-яких питань, пов'язаних з правами людини.

Для виконання цих функцій правозахисні організації повинні мати такі права:

- право на вільний доступ до всіх документів, включаючи документи, що зберігаються державними органами й архівами, які необхідні для належного розслідування заяви і право знімати з них копії, якщо викладена в цих документах інформація не містить державної або іншої, що охороняється законом, таємниці;

- право одержувати письмові або усні роз'яснення від усіх осіб (у тому числі державних посадових осіб і службовців), що можуть мати інформацію про дане порушення або в інший спосіб надати допомогу у розслідуванні;

- проводити розслідування заяви на місці, включаючи камери попереднього затримання, місця попереднього ув'язнення, установи виконання покарань, військові частини, психіатричні лікарні, інтернати та інші місця тимчасового обмеження свободи людини;

- здійснювати інші дії, необхідні для проведення належної перевірки заяви, які не суперечать законодавству;

- право виносити рекомендації державним органам за результатами розслідування й оцінювати дії державних і недержавних органів у цій галузі;

- право на вільний доступ до законотворчої роботи: право одержувати проекти законів від Комітетів парламенту, право брати участь в обговоренні законопроектів на засіданнях Комітетів, право звертатися до суб'єктів законодавчої ініціативи;

- право на участь у розробці державних програм, що стосуються викладання і досліджень у сфері прав людини, і їхньої реалізації в школах, ВНЗ та в інших інституціях з фахової підготовки державних службовців;

- право бути присутніми у судових засіданнях і засіданнях інших державних органів із питань захисту прав і свобод людини, право мати доступ до протоколів таких засідань;

- право на одержання офіційних доповідей, що держава повинна направляти органам і комітетам ООН, ОБСЄ, Ради Європи та інших міжнародних організацій;

- право передавати зібрану інформацію про порушення прав людини, власні аналітичні матеріали органам влади, засобам масової інформації, а також міжнародним організаціям, якщо ця інформація не містить відомостей, що становлять державну таємницю.

Принципи діяльності правозахисних організацій:

1. правозахисні організації утверджують і захищають права людини незалежно від її раси, статі, громадянства, етнічного або соціального походження, майнового або іншого положення, посади, роду і характеру занять, місця проживання, мови, релігії, політичних і інших переконань;

2. право на вмотивовану відмову заявникові в задоволенні його скарги;

3. відкритість і гласність;

4. ненасильство;

5. «не нашкодь»;

6. незалежність від політичної позиції;

7. незалежність від суспільної думки;

8. чесність, максимальна достовірність і об'єктивність інформації;

9. незалежність правозахисних організацій від держави;

10. врахування інтересів сторін, пов'язаних із конфліктом, у тому числі органів влади;

11. сприяння державі в захисті прав громадян.

1.3. Громадські дії на захист суспільних інтересів

Заходи, що здійснюються неурядовими організаціями з метою домогтися, без застосування насильства, більш суворого дотримання прав людини, більшої ефективності в державотворенні, усунення дискримінації, поліпшення охорони навколишнього середовища або системних змін у функціонуванні держави, можна розділити на три групи: **правові, політичні і громадські дії.**

Правові дії

До їхнього числа належить насамперед **стратегічний судовий позов**, інакше кажучи, свідоме, заплановане ведення судових процесів з метою перегляду інтерпретації існуючого права або усунення з правової системи юридично необґрунтованих норм. Розкриваючи їх невідповідність Конституції або суперечність ратифікованим міжнародним угодам, неурядові організації домагаються змін на підставі рішень Верховного суду, Конституційного суду, Європейського суду по правах людини або тих квазісудових органів ООН, у яких приймаються до розгляду позови окремих осіб (Комітет із прав людини, Комітет з боротьби з катуваннями, Комітет з ліквідації расової дискримінації).

Як правові будуть розглядатися також процеси про відшкодування з державної скарбниці збитку, понесеного потерпілими в результаті порушення прав людини якоюсь із державних установ у тих численних випадках, у яких дотепер не було прийнято звертатися до суду (незаконна затримка поліцією, прояв насильства стосовно затриманого з боку інших ув'язнених, і т.ін.). Не виключається порушення кримінальних справ проти посадових осіб.

Ця категорія включає також дії, пов'язані з поширенням у суспільстві правової культури, знань загально правового характеру і прав людини, а також уміння використовувати на практиці процедури, що передбачають їхній захист. Для цієї мети поряд із класичними методами можна використовувати різні вікторини і конкурси (наприклад, на колективну розробку і прийняття конституції школи, клубу і т.п.), ігри, що імітують судові процеси, поширення довідників з прав людини і процедур, що служать для їхнього захисту (у них розглядаються права пацієнтів, людей похилого віку, дітей і молоді, ув'язнених, виборців, осіб, підозрюваних у здійсненні злочину і т.п.).

Політичні дії

Політичні дії зводяться, головним чином, до **пошуку союзників серед політиків**, що засідають у парламенті, національному чи міжнародному (Європейський парламент, Парламентська асамблея Ради Європи). Можливий також **політичний тиск на уряд**, прямий чи непрямий — через відповідні представництва міжнародних організацій (ООН, Рада Європи, ОБСЄ). Мета таких дій – домогтися змін або в правовій системі, або в практичній діяльності державних органів. Дії можуть проводитися усередині країни і за кордоном.

У своїй внутрішній діяльності ми повинні шукати політичну підтримку у політиків, що здійснюють законодавчу і виконавчу владу на загальнодержавному чи місцевому рівні, у залежності від характеру проблеми. Мова йде про різноманітні форми тиску на членів парламенту через групи виборців, за голоси яких вони будуть боротися під час найближчої передвиборчої кампанії. Ці групи повинні домагатися, щоб депутати голосували за визначений закон чи проти нього, виступали з тією чи іншою законодавчою ініціативою чи використовували інші форми діяльності, наприклад, депутатський запит. Такий тиск виявиться більш ефективним у країнах з мажоритарною виборчою системою, де повторні вибори члена парламенту у більшій мірі залежать від волі виборців, чим в тих країнах, де діє пропорційний виборчий закон і тим самим майбутнє кандидата залежить насамперед від місця в партійному списку, а воно визначається керівництвом партії. У багатьох випадках

природним спільником неурядових організацій, які прагнуть змін, стає парламентська опозиція, і взагалі ті політичні супротивники, чії пропозиції не знаходять підтримки у владних структурах. Тиск на політиків здійснюється безпосередньо (наприклад, через пресу чи за місцем проживання – сусіди, члени родини, знайомі, або під час зустрічей віч-на-віч). Такі методи більш дієві під час передвиборної кампанії, ніж після виборів. Іноді вдається успішно чинити тиск непрямо, використовуючи суспільний тиск на суб'єкти права, що мають велике значення для конкретного політика, скажемо, з економічних міркувань (наприклад, на фірму, що обмірковує доцільність інвестування в даній місцевості). Ми також намагаємося переконати політика чи його угруповання, що проведення в життя пропонованих нами перетворень принесе йому політичну користь (чи хоча б менші втрати, чим збереження *status quo*).

На міжнародному рівні політичні дії можуть, приміром, бути спрямовані на прийняття Комісією з прав людини ООН резолюції, що засуджує масові порушення прав людини в даному регіоні, або на введення в дію таких процедур, як 1503 чи 1235 проти будь-якої держави. Сюди ж відносяться представлення міжнародним організаціям зустрічних звітів у противагу офіційним урядовим доповідям у рамках звітності перед комітетами, що стоять на охороні основних конвенцій ООН (Комітет із прав людини, Комітет з боротьби з катуваннями, Комітет з ліквідації расової дискримінації, Комітет з ліквідації дискримінації жінок, Комітет із прав дитини, Комітет з економічних, соціальних і культурних прав), а також спроби включити у справи, по яких ми проводимо розслідування, спецдоповідачів і робочі групи. Можливий ряд інших кроків, що мають метою викликати засудження з боку міжнародних організацій порушень прав людини, у тому числі лобіювання в Парламентській асамблеї Ради Європи чи Європейському парламенті. Аналогічні заходи приймаються в третіх країнах – наприклад, резолюції декількох парламентів щодо порушення прав людини китайськими органами влади в Тибеті. При цьому велике значення мають умілі контакти з міжнародними і закордонними ЗМІ та співробітництво з закордонними організаціями по захисту прав людини. Справа, однак не зводиться до осуду урядів, що порушують права людини можна діяти також з метою прийняття нових норм захисту цих прав. Наші зусилля можуть сприяти прийняттю резолюції чи рекомендації Парламентської асамблеї РЄ, розпорядження Комітету міністрів РЄ, резолюції Європейського парламенту чи визначеного формулювання в документах ОБСЄ. Якщо досягнути результатів у вигляді «м'якого» міжнародного права (резолюції, рекомендації), можна домагатися його перекладу на мову юридично обов'язкових міжнародних угод. Таким чином, можна, наприклад, домагатися включення в міжнародне право положень, що передбачають обов'язкове введення податкових пільг при фінансуванні неурядових організацій, визначення норм вільних виборів чи мінімального рівня суспільного контролю за діяльністю спецслужб.

Громадські дії

Сутність громадських дій полягає у використанні різних форм організованого, найчастіше колективного впливу на владні структури у вигляді цивільних акцій без використання насильства (non-violent public action). При професійному підході усі вони характеризуються подібною динамікою:

- **Вибір мети**, тобто ухвалення рішення про те, якою суспільною проблемою варто зайнятися.

- **Збір інформації** з даного питання, фактів, доказів порушення прав людини, підготовка аргументів, необхідних для здійснення акції. У разі потреби на цьому етапі проводиться **моніторинг прав людини**.

- **Розробка стратегії дій**, а саме: ідентифікація потенційних союзників і супротивників; точне визначення конкретних, реальних завдань, виконання яких ми будемо жадати від державних органів; з'ясування, хто фактично здатний приймати відповідні рішення, організація інформаційної акції і вибір форм прямого тиску.

- **Доведення до відома владних структур**, яких саме змін у законодавстві чи практиці ми від них очікуємо. Органи влади рідко зважаються на зміни на цьому етапі. Вони підуть на них тільки в тому випадку, якщо відчують сильний суспільний тиск або зрозуміють, що зміни відбуваються у їхніх власних інтересах.

- **Інформаційні акції**, що мають метою домогтися більш чутливої реакції на дане питання з боку якомога більшої і найбільш впливової частини суспільства. Ми шукаємо союзників, які готові підтримати нас і стати на наш бік. Акції можуть приймати різну форму кадрових (наприклад, вуличний театр, громадянська непокора) і колективних (петиції, марші, демонстрації, мітинги, хеппенінги і т.п.). Як правило, вони не мають прямого впливу на функціонування державної системи, проте здійснюється психологічний тиск на політиків, які усе більше усвідомлюють важливість проблеми і необхідність зайнятися нею. У тоталітарних і пост-тоталітарних країнах інформаційні акції сприймаються як підривні і вважаються незаконними.

- По завершенню процесу пошуку союзників можна висунути **ультиматум** – попередити органи влади, що якщо в призначений термін ними не будуть розпочаті конкретні кроки для вирішення даної проблеми (а вона найчастіше чітко сформульована), ми будемо змушені зробити прямий тиск.

- **Колективні акції прямого тиску**, тобто дії без застосування насильства, спрямовані безпосередньо проти політичної системи. Вони можуть зводитися до:

- **Розриву зв'язків між державою і його громадянами**, відмовленню від співробітництва: страйки, бойкоти (виборів, державних просвітніх і культурних організацій, різних установ, відмовлення від несення військової служби, сплати податків, вилучення банківських вкладів).
- **Створенню перебоїв у діяльності державних установ**: блокування телефонів, різні форми мирної окупації будинків, масова подача заяв чи судових скарг, що порушує нормальну роботу відповідних установ, суворе дотримання прийнятих правил і норм, які як правило, не дотримуються (наприклад, норми охорони праці), масове використання цивільних прав.

Задача всіх цих акцій – змусити владні структури піти на переговори.

Від таких акцій повинні страждати не співгромадяни, а апарат керування; їх мета – позбавити апарат контролю над тією чи іншою сферою державної діяльності, що має для нього велике значення. Бажано, щоб акції обмежувалися заходами, не забороненими законом, щоб у гіршому випадку доходило до порушення з технічних причин незначних правил суспільного порядку. Однак це не завжди можливо (як наприклад, при відмові від обов'язкової військової служби), у таких випадках ми повинні рахуватися з можливістю понести покарання.

- **Переговори з представниками влади** про форми й методи проведення конкретних змін.

Особливою формою акції в захист суспільних інтересів є **громадянська непокора**. У чистому вигляді вона полягає в явному, публічному порушенні положення закону, яке вважається неправильним, аморальним чи шкідливим. Поряд з тим, що громадська непокора використовується на захист принципів, а не для особистої користі, його головна особливість – це готовність особи, що порушує той чи інший закон, стати перед судом і понести покарання. Громадська непокора застосовується, як правило, у правових державах, а особа, що прибігає до цієї форми протесту, визнає законність державної влади і конституційної системи.

Непокора покликана служити удосконалюванню політичної системи, а не її скинненню. Ті, хто вважає державу чужою, а владу нав'язаною силою, порушують право підпільно і прагнуть уникнути переслідування і покарання з боку влади, легальність яких ними не визнається. (Наприклад, у комуністичній державі діяч демократичної опозиції, що видав нелегальну газету, не доповідав про це в прокуратурі, щоб понести належне покарання, тому що він не визнавав цієї держави). Якщо ж у його країні відбулися по-справжньому вільні вибори і до влади прийшло угруповання, чий погляд далекі вищезгаданому діячу, він зобов'язаний діяти явно. Молоді американці, які переховувались в Канаді від участі у військових діях у В'єтнамі, не використовували громадської непокори, ті ж з них, хто у відкритому знищував призовні повістки, привселюдно відмовлявся від військової служби і попадав за це за ґрати, дали приклад класичної громадської непокори.

Громадська непокора може бути **індивідуальною та колективною**. У першому випадку, якщо покарання несе окрема особа, особливо, яка користується широкою популярністю, громадська непокора викликає відгук у суспільстві: «Якщо вже він готовий за свою ідею сидіти у в'язниці, може справа дійсна важлива?» І тоді починаються колективні акції з вимогою звільнити цю людину. Колективні акції громадської непокори (публічне спалювання військових квитків, відмовлення від несення військової служби, відмовлення передати державі частину врожаю, як прийнято в країнах з комуністичним і фашистським режимом, і т.п.) можуть бути також використані як акції прямого тиску. Буває, що положення закону, проти якого ми хочемо виразити протест з моральних міркувань, не стосується нас особисто, і тому ми не можемо його порушити. Тоді «у порядку заступництва» ми порушуємо інше законоположення, так чи інакше тематично зв'язане з даною проблемою.

Форма наших дій залежить від стратегії, яку варто розробити до початку акції.

Планування стратегії і здійснення різних дій неможливі без ґрунтовних знань про рівень дотримання свобод і прав людини. Необхідно також знати причини порушень прав людини, що мають місце. До їхнього числа відносяться: юридично необґрунтоване положення закону; помилкова інтерпретація даного положення; неправильна, безправна, але широко прийнята практика дій органів влади. І лише тоді, коли точно визначено, що підлягає перегляду - закон, підзаконний акт чи практична діяльність, скажемо, адміністративних органів, і коли зрозуміло, на які державні органи варто зробити тиск, можемо приступити до розробки стратегії і вибрати відповідні форми впливу.

Іноді має сенс підготувати конкретні пропозиції щодо вирішенням даної проблеми. На визначеному етапі їх можна запропонувати органам влади (наприклад, проект закону чи його основних положень), щоб довести справу до завершення. Експертам, що розробляють такі проекти, варто забезпечити **найбільш** актуальну і вичерпну інформацію про стан справ. Набагато частіше, однак, неурядові організації подають питання, що, на їхню думку, вимагають розгляду, а як це зробити технічно – задача самих органів влади. Пошук технічних рішень не входить у компетенцію неурядових організацій, і найчастіше перевищує їхні можливості. Проект рішення повинний відповідати правовій системі даної держави в цілому, що нерідко вимагає перегляду ряду законів. Так наприклад, неурядовим організаціям буває важко оцінити вартість пропонованих змін і їхній вплив на бюджет. Тому краще обмежитися вказівкою на проблему, що вимагає розгляду, і залишити спеціалізованим державним органам розробку конкретних проектів.

1.4. Адвокаційні кампанії: крок за кроком

Традиційно неурядові організації надають перевагу відстоюванню прав та інтересів людей з особливими потребами, реалізуючи соціальні проекти, використовуючи техніку переговорів, подання заяв або скарг. Водночас, прийняття рішень, які сприяють реалізації прав та інтересів інвалідів, досить часто затягується на досить тривалий час. Дуже часто саме суспільство не бачить проблем людей з інвалідністю або щиро не розуміє, у чому вони полягають.

На етапі обрання моделі реалізації прав та інтересів своєї цільової аудиторії, може виявитися, що єдиним способом досягнення результату є привернення широкої уваги громадськості до певної проблеми.

Акція є такою моделлю реалізації прав та інтересів людей, яка спрямована на привернення уваги громадськості до вирішення конкретної проблеми.

Планування та проведення акції передбачає розуміння усіма учасниками переліку послідовних кроків та своїх функцій, які треба здійснити з метою досягнення запланованих результатів.

Крок 1: Формулювання основних орієнтирів

У першу чергу потрібно сформулювати проблему, яку необхідно донести до громадськості, надалі визначити особу (орган) від якої залежить вирішення даної проблеми, мету акції та очікувані результати від її проведення. Варто попередньо узгодити та окреслити варіант вирішення проблеми, який є прийнятним для вашої цільової аудиторії з тим, щоб донести його в ході акції. Реалізація даного варіанту вирішення проблеми стає Вашою основною метою.

Одним із найбільш відомих в практиці управління інструментів роботи по досягненню цілей та завдань є SMART-критерії, яким мають відповідати поставлені цілі. Саме слово «smart» в перекладі з англійської мови означає «розумний». За цими критеріями ціль має бути: конкретна (specific), вимірювана (measurable), активуюча (actionable), узгоджена (relevant), визначена в часі (time-bounded).

Крок 2: Вибір.

а) Форми проведення акції.

Потрібно знайти відповідну проблемі форму проведення акції, враховуючи власні ресурси та орієнтуючись на потреби конкретної аудиторії.

Існують різноманітні форми проведення акції: демонстрація, мітинг, страйк, голодування, спалення певної речі, пікет, заковування себе наручниками, театралізоване шоу, блокада (блокування руху), телефонні дзвінки представникам влади, спортивні заходи, проведення опитування із роздачею листівок, розвішування плакатів, збір підписів, графіті, концерти, відкриті листи та звернення, серії публікацій у пресі, круглий стіл, марафон (TV, радіо), лотерея, шкільні заняття, благодійний бал.

б) Місце проведення акції.

Місце проведення акції слід обирати, виходячи з обраної форми проведення та Вашої цільової аудиторії. Як правило, для вуличної акції визначається найбільш людне місце. Водночас, організаторам у будь-якому разі потрібно продумати яким чином розмістити людей, лозунги, плакати, щоб не заважати проїзду транспорту та проходу людей.

в) Дата проведення акції:

Зверніть увагу на те, щоб в обраний день не проводилося інший важлива подія, яка може відвернути увагу громадськості від вашої акції.

Проведення дня кар'єри для дітей-сиріт пройде непоміченим в інформаційному полі, якщо в цей день будуть проходити вибори до місцевих органів влади.

Але можливо приурочити свою акцію до певного свята або події, якщо вона співзвучна із її темою. Наприклад, провести акцію 1 червня, в день захисту дітей.

Крок 3: Підготовка

а) Сценарій:

Необхідно придумати ідею, ту «родзинку», що буде вирізняти акції від усіх попередніх і зацікавить журналістів.

Кожного тижня в різних куточках України проходить велика кількість різних публічних заходів, тож запланована Вами акція має бути унікальною та цікавою не тільки за змістом, але й за формою. Сценарій бажано виписати таким чином, щоб у кожен учасник знав свою роль.

б) Розподіл ролей:

При підготовці та проведенні акції мають бути люди, що відповідають за кожен вид діяльності, що складає акцію. Відповідальні за контакти з пресою, за стосунки з правоохоронними органами, за інформування учасників про можливі зміни тощо. Ці люди повинні мати можливість спілкуватися між собою та мати особливі атрибути (бейджі, пов'язки, футболки тощо).

Зверніть увагу, що певні види діяльності вимагають спеціальних вмій або кваліфікації, а відтак, розподіл ролей може передбачати детальний інструктаж окремих учасників.

в) Підготовка інформаційних матеріалів:

Листівка має займати не більше однієї сторінки, текст має бути зрозумілим, легко читатися та стислим.

Інформативна ілюстрація має супроводжуватися декількома яскравими фразами.

Звернення має бути особисте, слова – загальноживані. Не забудьте залишити свої координати.

г) Купівля матеріалів та виготовлення атрибутів для акції.

Транспаранти необхідно підготувати заздалегідь, врахувавши при виборі матеріалів для їх створення погодні умови.

Так, якщо Ви плануєте проведення вуличної акції із паперовими плакатами, будьте готові обклеїти їх скетчем, якщо на день проведення акції планується дощ. Тому не полінуйтеся і перевірте відповідність Ваших реквізитів прогнозованій ситуації.

Гасла мають бути стислими, але влучними. Бажано, щоб їх можна було скандувати. Усі учасники акції мають бути з ними згодні, тому краще їх попередньо обговорити.

д) Запрошення журналістів.

Складіть список місцевої та центральної преси із іменами та прямими телефонами. Заздалегідь підготуйте прес-реліз і розішліть його за два-три дні до акції по всім можливим каналам: через факс, електронною поштою.

Паралельно потрібно підготувати інформаційний пакет для роздачі журналістам безпосередньо під час акції, до якого входить прес-реліз, інформація про неурядову організацію, опис проекту, листівки, фотографії – усе, що може бути використано при підготовці репортажу.

Слідкуйте за тим, щоб об'єм інформаційного пакету не виходив за межі розумного.

є) Санкціонування

Подання повідомлення про проведення акції в органи місцевої влади до початку проведення. На практиці це означає можливість подання повідомлення завчасно, що з огляду на масштаб запланованого заходу може означати і за хвилину до її початку.

Крок 4: Коригування плану

Бажано обговорити усі можливі проблеми, ризики і визначити можливі перепони до проведення акції. Придумати шляхи усунення ризиків та подолання перешкод шляхом внесення змін та доповнень. Будьте гнучкими у коригуванні плану проведення акції.

Крок 5: Проведення

Фотографуйте та знімайте на відео акцію для подальшої оцінки результатів проведення. Не забудьте взяти плакати та інші атрибути. Не бійтеся звертатися до перехожих, практика свідчить, що люди ставляться до подібних заходів з розумінням.

Ставтеся до розмов з журналістами відповідально, якщо Ви некомпетентні у певному питанні, направте журналіста до відповідної особи.

Коли спілкуєтеся із журналістами поцікавтесь, коли вийде сюжет. У будь-якому випадку варто розділитися і продивитися та записати усі випуски новин тих каналів, журналісти яких були присутні. Не забудьте купити газети. Якщо не знайшли там статті, зв'яжіться із журналістом, можливо, цей матеріал з'явиться пізніше. Одночасно це є чудовою нагодою надати додаткову інформацію, що з'явилася пізніше.

Крок 6: Підведення підсумків

Після проведення акції діяльність робочої групи ще не закінчена. Зберіть усіх ключових учасників та обговоріть, як пройшла акція. Проаналізуйте статті, які вийшли у ЗМІ та репортажі. Дайте відповідь на питання: що вдалося, що викликало труднощі, і що потрібно зробити для того, щоб у подальшому не допустити такі помилки.

Важливо правильно визначити особу (орган), відповідальну за вирішення проблеми, для привернення уваги до якої і проводиться акція. Після проведеної акції дана особа (орган) відчує тиск громадськості і, ймовірно, почне вирішувати проблему. Водночас варто не втрачати контролю над ситуацією і продовжувати добиватися реалізації запропонованого варіанту вирішення проблеми, наприклад, шляхом переговорів.

Орієнтовна структура планування акції:

НАЗВА АКЦІЇ	яскрава та цікава назва, що відображає суть акції
ПРОБЛЕМА	складне та суперечливе питання, яке потребує відповідного вирішення та його причини
МЕТА ЗАХОДУ	бажаний ідеальний результат, для досягнення якого проводиться акції
«МІШЕНЬ»	особа (орган), від якої залежить вирішення даної проблеми
РІШЕННЯ	пропонований шлях вирішення проблеми
ВИБІР	визначення форми, місця та дати проведення акції
ПІДГОТОВКА	включає в себе написання сценарію акції, розподіл ролей, підготовку інформаційний матеріалів, виготовлення атрибутики акції, запрошення журналістів, отримання дозволу на проведення
КОРИГУВАННЯ	аналіз усіх потенційних ризиків для проведення акції
ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ	сукупність позитивних наслідків, що очікуються після проведення акції

Зв'язки із громадськістю.

Можна перефразувати одну дуже відому фразу: подія, про яку не знають, не відбулася. З огляду на це, щоб акції досягла своєї мети необхідно вміти працювати та постійно формувати інформаційне поле.

Механізми створення та поширення позитивної інформації про неурядову організацію є однією із надзвичайно важливих його функцій. Реалізація цієї функції лежить в площині суспільної діяльності, яку називають зв'язки з громадськістю. Тож першим кроком у налагодженні даного механізму є визначення із незрозумілого терміну «громадськість» своєї **цільової аудиторії**, тобто окреслити коло людей, для яких Ви працюєте.

Цільову аудиторію неурядової організації умовно можна поділити на групи:

Бенефіціарії	Партнери	Влада	Спонсори і грантодавці	Населення
Користуючись термінологією бізнесу, це клієнти, тобто люди, для кого Ви здійснюєте свою діяльність.	До цієї групи належать особи, групи осіб, організації, які здійснюють аналогічну діяльність (наприклад, інші неурядові організації, незалежні експерти тощо);	Це та частина Вашої цільової аудиторії, від якої залежить ухвалення рішень (наприклад, посадові особи державних органів, установ та органів місцевого самоврядування тощо);	Тобто ті, хто надає безкоштовну допомогу (наприклад, комерційні структури, благодійні фонди, міжнародні організації, окремі особи тощо);	Люди, які мешкають у ореолі діяльності Вашого неурядової організації;

Іноді до цільової аудиторії відносять засоби масової інформації. Водночас, вони є лише комунікаційними каналами між Вами та Вашою цільовою аудиторією.

Громадській організації важливо встановити надійні канали спілкування із різними групами цільової аудиторії. Адже як інакше допомогти цільовій аудиторії усвідомити мету Вашої діяльності та отримати сприяння у її реалізації. Як переконати спонсорів, щоб Вони здійснювали фінансування Ваших проєктів. Для цього в арсеналі громадської організації наступні канали комунікації:

Інформування через засоби масової інформації.

При використанні цього каналу Ваше основне завдання в тому, щоб різними способами (через поширення прес-анонсу, прес-релізу, проведення прес-конференцій, розміщення спеціальних публікацій тощо) так подати пресі інформацію про подію, щоб вона зацікавила Вашу цільову аудиторію.

Основне завдання ЗМІ – повідомляти новину та інформувати про суть проблеми, – реалізується через постійний пошук інформації, яка буде цікава цільовій аудиторії.

Ви можете стати для журналіста таким джерелом спеціалізованої інформації та водночас полегшити їм роботу, надаючи інформацію вже в готовому вигляді (прес-анонс, прес-реліз, інтерв'ю, спеціалізована публікація тощо).

Для початку такої роботи необхідно створити власну медіа-карту – базу даних ЗМІ, із якими Ви співпрацюєте та потенційно будете співпрацювати. Це таблиця, яка містить назву видання, рейтинг, наклад, телефони та адреси редакції, імен та прізвища журналістів. Зайвим є зазначати, що база потребує постійного поновлення та доповнення.

Надалі необхідно зустрітися із редакторами та познайомитися особисто, розказати про свою діяльність з метою знайти точки дотику. Після цього варто визначити для себе певну періодичність поширення матеріалів, щоб не надокучати пресі, та регулярно інформувати по свою діяльність та заходи. Варто підходити до цієї роботи серйозно та творчо. Адже нецікавих новин не буває, є новини нецікаво подані.

Окремі Інтернет-ресурси, що мають стрічки новин:

УНІАН – www.unian.net.ua

“Українська правда” — www.pravda.com.ua

“Новини України” — www.novyny.org.ua

“Громадське радіо” — www.radio.org.ua

“Грані-плюс — on-line” — www.grani.kiev.ua

“Поступ” — postup.brama.com/dinamic

“ProUa” — www.proua.com

“Дзеркало тижня” — on-line” — www.zn.kiev.ua

Лобіювання інтересів в органах влади

У даному випадку йдеться про офіційні та неофіційні контакти з владою, спрямовані на ухвалення рішень в інтересах цільової аудиторії, яку представляє Ваша громадська організація. Цього можна досягти за допомогою постійного прямого інформування органів влади, проведення особистих та робочих зустрічей, ініціювання громадських звернень, проведення громадських слухань тощо.

Громадська організація має налагодити постійний контакт із конкретним органом державної влади чи місцевого самоврядування, в компетенції якого лежить вирішення питань Вашої цільової аудиторії: досконало вивчити ситуацію та здійснювати постійну інформаційну допомогу даному органу, тим самим, впливаючи на ухвалення рішень.

Тому першим завданням лобіювання полягає у визначенні головної проблеми, бажаних результатів та окресленні шляхів їх досягнення.

Кроки	Приклад
Суть проблеми, її причини, бажаний результат	Слід визначити, у чому полягає проблема та які причини її зумовлюють, якого результату Ви прагнете досягти.
Особа або орган, які приймають рішення	Хто має право на прийняття рішення? Який саме посадовець чи яка конкретна владна структура? Іншими словами, до чієї компетенції належить розв'язання цієї проблеми? Які підходи потрібно застосувати, щоб переконати цю особу (осіб) у необхідності ухвалення бажаного рішення?
Союзники та противники варіанту прийняття рішення (адресати)	Які люди чи групи мають вплив на цього посадовця чи структуру й можуть підтримати Ваші зусилля? А хто буде Вам опонувати? Тобто хто є Вашим потенційним союзником, а хто — можливим супротивником?
Способи впливу на адресатів	Якими способами Ви впливатимете на адресатів кампанії, які способи та техніки лобювання застосуєте?
План заходів	Як раціонально розподілити сили: хто і протягом якого терміну здійснюватиме конкретні заплановані заходи?

Організація власних PR-заходів.

Йдеться про проведення спеціальних подій, на зразок: виставки, презентації, конкурси, фестивалі; церемоніальні події (нагородження, пам'ятні вечори, урочистості з нагоди вшанування певної особи тощо); оприлюднення результатів «публічних рейтингів» (осіб чи інституцій); спортивно-масові чи культурно-пізнавальні заходи (походи, марафони, рейди, екскурсії тощо) .

Наприклад, якщо ботанічний сад є структурним підрозділом ВНЗ, де навчаються Ваші волонтери, Ви можете організувати суботник. Тим самим Ви принесете користь ВНЗ, про яку варто, щоб дізналася адміністрація, залучите широке коло студентів – Ваших майбутніх волонтерів, якщо поєднаєте суботник із певними цікавими ігровими елементами та складете про себе приємне враження у відвідувачів парку.

Загальне інформування всіх своїх цільових аудиторій.

Існують різноманітні способи загального інформування, серед яких поширення власних презентаційно-інформаційних матеріалів (представницьких буклетів, річних звітів, бюлетенів тощо); виготовлення та поширення популяризаційних атрибутів (наприклад, ручок з логотипами,

календарів, календариків, плакатів, наклейок, інших «дрібничок», що мають на меті «нагадувати про присутність»).

Варто мати розроблені макети такої продукції, які необхідно коригувати під кожен захід, відповідно до його мети та цільової аудиторії.

Презентація неурядової організації буде різною на виступі перед дітьми-сиротами та на Всеукраїнській конференції, присвяченій проблемам трудових прав дітей-сиріт. Завжди звертайте увагу на те, для якої аудиторії Ви готуєте Ваші презентаційно-інформаційні матеріали.

Майте у запасі кілька заздалегідь надрукованих брошур, адже саме сьогодні до Вас може приїхати делегація із іншого ВНЗ. Потурбуйтеся перекласти їх іноземною мовою. Майте під рукою сформовану презентаційну папку, в якій в яскравій формі із додатками та фотографіями презентована Ваша діяльність. Розробіть логотип Вашої громадської організації, у подальшому Ви зможете розміщати його на своїй друкованій продукції.

Діяльність в Інтернеті.

Йдеться про створення своїх веб-сайтів та порталів, форумів, розсилок, використання соціальних мереж, жж тощо. Наразі така діяльність може бути дуже корисною, особливо коли треба донести до відома великого кола людей одночасно певну інформацію. Варто розробити та наповнювати власний сайт, насправді, це не так складно, тим більше при наявності безкоштовних хостингів. Але Вас завше можна буде ідентифікувати в Інтернет-просторі та слідкувати за Вашими новинами.

Створіть розсилку для членів нурядової організації в гуглі або в яху (детальний опис дивіться на <http://groups.google.com/>, <http://groups.yahoo.com/>), таким чином Ви зможете обговорювати питання, які цікавлять велике коло людей.

Зареєструйте свій захід як зустріч в соціальних мережах та надішліть запрошення знайомим людям. Якщо вони в свою чергу будуть запрошувати інших людей, то Ви отримаєте велику кількість хоча б просто проінформованих людей про захід. Варто мати на озброєні нові технічні можливості та навчитися використовувати їх у своїй діяльності.

Розділ II. Інтеграція в нову спільноту – з чого почати нове життя?

2.1. Концепт «ВПО» та формування образу соціальної групи

Саме поняття «вимушено переміщеної особи» («ВПО») є новим та не остаточно сформованим в українському законодавстві, соціальній політиці, медіа та громадському житті.

В результаті соціально-політичних подій (анексії Криму, військового конфлікту на Донбасі) в Україні сформувалась нова соціальна група, яка поки що не знайшла свого чіткого окреслення в офіційних документах та громадській думці, хоча має певні потреби і інтереси, які не можуть бути проігноровані суспільством. Далі йтиметься саме про осіб, що – фактично чи юридично – мають статус внутрішньо переміщеної особи або визнають себе як таку особу.

Станом на кінець 2018 року в Україні нараховувалося 1 800 000 внутрішньо переміщених осіб. З них, за приблизними оцінками, 50 000 з Криму та понад 1 750 000 – зі Східних областей України. Близько 60% ВПО – це пенсіонери, 23,1% – працездатні особи, 12,8% – діти та 4,1% – неповносправні особи.

Варто зазначити, що саме явище вимушеної міграції громадян не є принципово новим для України. Навіть в новітній історії України вже відбувались події, що викликали масову внутрішню міграцію – це і Чорнобильська катастрофа 1986 р., і інші локальні та глобальні кризові явища, що змушували цілі територіальні громади змінювати місце перебування. Подібні процеси вимагають формування відповідного законодавства, що регулювало б права та обов'язки внутрішньо переміщених осіб, гарантувало б соціальну підтримку для них та засоби для інтеграції у нові територіальні громади. Крім безпосередньо держави, до питань інтеграції ВПО та надання їм всебічної підтримки долучаються неурядові громадські організації, волонтерські групи, інші інституції громадянського суспільства. Варто зазначити, що сам процес реєстрації внутрішньо переміщених осіб сьогодні не є остаточно сформованим, що ускладнює формування загального портрету цієї соціальної групи та реалізації допомоги ВПО.

2.1.1 Ключові поняття, що стосуються проблематики ВПО

Поняття **внутрішньо переміщеної особи** часто поєднують з поняттям «біженця», хоча вони є не тотожними.

Згідно зі статтею 1 Закону України від 20 жовтня 2014 року № 1706-VII «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб», внутрішньо переміщеною особою є громадянин України, який **постійно проживає в Україні**, якого змусили або який самостійно покинув своє місце проживання у результаті або з метою уникнення негативних наслідків збройного конфлікту, тимчасової окупації, повсюдних проявів насильства,

масових порушень прав людини та надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру.

Біженцем визнається особа, яка «знаходиться поза межами рідної країни внаслідок добре обґрунтованих побоювань стати жертвою переслідування через свою расу, релігію, національність, приналежність до певної соціальної групи або політичні погляди, і не може або внаслідок таких побоювань не бажає скористатися захистом своєї країни...» (Конвенція «Про статус біженців» 1951 року).

2.1.2 Територіальний розподіл ВПО в Україні

В Україні розподіл кількості ВПО за областями нерівномірний (рис.1), що формує різний образ та статус внутрішньо переміщеної особи у різних регіонах. Дніпропетровська, Запорізька, Львівська, Полтавська, Харківська, Херсонська області (позначені на мапі блакитним кольором) мають найвищу концентрації внутрішньо переміщених осіб на своїй території.



Реєстрація ВПО, проведення цілеспрямованих досліджень є обов'язковою умовою розумінні потребі цих людей і, відповідно, забезпечення ефективних методів роботи з ними. Міжнародні рекомендації та оцінки роботи з даними щодо ВПО наголошують на необхідності розширення переліку даних, застосування різноманітних методів – соціологічних опитувань, вибіркового обстеження домогосподарств та ін. Метою збору даних про ВПО є формування повноцінного профілю ситуації з ВПО. Зараз у різних регіонах України проводиться робота над оновленою системою, яка відповідатиме цим характеристикам, буде включати розподіл гуманітарної допомоги та матиме весь інструментарій для постійного відслідковування потреб ВПО. Втім, залишаються питання щодо запуску даної системи та налагодження міжвідомчої координації для її повноцінної роботи.

Окрім законодавчих, статистичних та соціально-економічних проблем, безпосередньо пов'язаних з дотриманням прав ВПО та інтеграції їх до нових територіальних спільнот, є ще й певні аспекти громадської думки, які варто коригувати при реалізації роботи з ВПО. Так, особи, що належать до ВПО, не повинні сприйматися як винятково **об'єкт** надання допомоги, але як повноцінні учасники вироблення державної політики щодо захисту власних прав та свобод, як представники громадянського суспільства. Нажаль, далеко не завжди ВПО сприймаються саме так.

2.2 Забезпечення потреб та дотримання прав ВПО

Основні виклики, пов'язані з вимушеним переміщенням громадян, виявляються у зростанні навантаження на локальних ринках праці, існуванні проблем розміщення, працевлаштування, медичного обслуговування, психологічної реабілітації, доступу до освіти, культурної та соціальної реінтеграції тощо. Звичайно, державою та недержавними структурами вживається низка заходів по вирішенню проблем вимушено переміщених осіб. Однак реалізація невідкладних заходів та поодиноких ініціатив не має такого потенціалу для комплексної підтримки у середньостроковій перспективі внутрішньої міграції населення з тимчасово не контрольованих Україною територій Донецької та Луганської областей та АР Крим.

Масштабна внутрішня міграція населення має, як не дивно, і позитивний потенціал соціально-економічного та гуманітарного розвитку України у середньо- і довгостроковій перспективі, як зазначають учасники Міжнародної науково-практичної конференції «Внутрішньо переміщені особи в Україні: реалії та можливості».

Зміна схем розселення та розвиток інфраструктури, формуванням якісно нового людського потенціалу, посилення соціальної та культурної інтеграція населення реалізується, зокрема, і силами ВПО, які приносять як нові проблеми, так і засоби їх вирішення у ті спільноти, до яких вони мігрують. Але для успішної інтеграції різних груп ВПО до соціальних структур та громад мають бути дотримані їхні базові права та забезпечені прийнятні мови життя, що відбувається далеко не завжди.

Основними проблемами, з якими стикають ВПО та організації, що працюють з ними, в різних областях України, є наступні:

1. Організаційне забезпечення надання допомоги ВПО
2. Розміщення та забезпечення житлом вимушено переміщених осіб
3. Створення робочих місць і забезпечення зайнятості
4. Вдосконалення соціального обслуговування
5. Розвиток гуманітарної сфери, її відповідність новим запитам
6. Правові механізми вирішення проблем та використання соціального потенціалу самих ВПО.

До останнього пункту належить, зокрема, вдосконалення і практичне запровадження у життя законодавства та програм заходів щодо ВПО. Зараз воно базується на таких офіційних документах:

- Закону України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України» від 15.04.2014 N1207-VII;
- Закону України «Про особливий порядок місцевого самоврядування в окремих районах Донецької та Луганської областей» від 16.09.2014 № 1680-VII; 10 Закону України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» від 20.10.2014 №1706-VII

- Закону України «Про державно-приватне партнерство» від 01.07.2010 № 2404-VI. Закону України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків» від 16.07.1999 р. № 991-XIV;
- Закону України «Про співробітництво територіальних громад», схваленого Верховною Радою від 17.06.2014 № 1508-VII; рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про невідкладні заходи щодо стабілізації соціально-економічної ситуації в Донецькій та Луганській областях» від 04.11.2014 (уведено в дію Указом Президента № 875/2014 від 14.11.2014);
- Програми діяльності Кабінету Міністрів України (затвердженої Постановою Верховної Ради України «Про Програму діяльності Кабінету Міністрів України» від 11.12.2014 № 26-VIII) (п. 8 «Соціальний захист, працевлаштування та реінтеграція внутрішньо переміщених осіб», п. 11 «Нова політика міжнародної допомоги»);
- Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні (затвердженої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 01.04.2014 № 333-р); Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року (затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 06.08.2014 № 385);
- Постанови Кабінету Міністрів України від 05.10.1998р. № 1597 «Про затвердження Правил надання довгострокових кредитів індивідуальним забудовникам житла на селі». Постанови Кабінету Міністрів України від 29.05.2001р. № 584 «Про порядок надання пільгових довготермінових кредитів молодим сім'ям та самотнім молодим громадянам на будівництво (реконструкцію) і придбання житла».

2.3 Проблемні питання участі ВПО у громадянському житті

Забезпечення участі ВПО у прийнятті рішень, що стосуються пошуку довгострокових вирішень проблем, з якими вони зіткнулися, є однією з складових реінтеграції до громадянського суспільства. При наданні допомоги, плануванні розподілу коштів, розробці нормативно-правових актів потрібно залучати, наскільки це можливо, ВПО до прийняття рішень, а також підвищувати представництво ВПО, що пройшли підготовку або мають відповідну кваліфікацію, на адміністративних рівнях організацій та інституцій, котрі впроваджують програми, стосуються ВПО, а також забезпечувати доступ ВПО до цих програм.

Участь ВПО у процесі прийняття рішень сприятиме вибудовуванню дієвого механізму взаємодії адміністративного апарату різних рівнів та безпосередньо ВПО на місцях.

Незважаючи на таку нагальну необхідність «включення», на практиці це не є легким завданням для жодної із зацікавлених сторін. Говорячи метафорично, значна частина внутрішньо переміщених осіб відчувається «чужими серед своїх» під час адаптації до життя спільноти, до якої вони потрапили, стикаються з проявами дискримінації відносно них, стереотипізації, що виникає, перш за все, у населення через брак поінформованості та наявність негативних упереджень щодо носіїв всіх можливих ознак «інакшості» – мешканців інших регіонів, носії відмінних культурних і мовних традицій. Зростає незадоволення населення приймаючих регіонів, побоювання підвищення конкуренції на ринку праці,

в сфері соціального обслуговування, загрози тощо не сприяє залученню ВПО, які і так почуваються соціально обмеженими, до громадянського життя спільноти – участі у прийнятті рішень, різних публічних заходах місцевого рівня тощо.

Наступною проблемою, яку доведеться подолати для ефективної інтеграції ВПО – це схильність підтримувати соціальні зв'язки переважно в середині своєї спільноти і небажання «інтегруватися». Ця проблема безпосередньо пов'язана з попередньою і призводить до свідомого уникнення ВПО усіх проявів громадської участі – від міських, місцевих заходів до участі у політичному житті країни.

Упередженість основного населення часто призводять до того, що особи з числа ВПО не беруть участі у прийнятті жодних суспільно важливих рішень. Вони є об'єктами турботи громади та «користувачами послуг», а не активними учасниками. Ці бар'єри можна здолати, надавши відповідних повноважень і посиливши участь організацій, які займаються правами ВПО на місцевому та національному рівнях та шляхом підвищення професійного рівня та ділової спроможності представників організацій.

Особи, відповідальні за формування політики та представники засобів масової інформації повинні відігравати провідну роль у тому, щоб кинути виклик негативному ставленню суспільства до ВПО та подолати зазначені бар'єри.

2.4 Участь ВПО в економічному житті та підприємницька ініціатива

Найдинамічнішими елементами продуктивних сил в сучасних умовах є безпосередньо **людина**, наука, засоби праці. Тому, розвиваючись, вони першими вступають у суперечність, конфлікт з відносинами економічної власності. Кожен з елементів, у свою чергу, сформований з відповідних компонентів (наприклад, наука – з фундаментальної і прикладної). Такими компонентами людини-працівника нині є рівень освіти, кваліфікації, техніко-технологічної культури, психологічний стан тощо. Вони першими вступають у конфлікт з існуючими відносинами економічної власності, що ініціює процес переростання людиною або наукою панівної форми або типу власності, перехід до якісно нових, розвинутіших форм і типів власності у межах суспільного способу виробництва. Адекватними для розвитку продуктивних сил, а отже, й усієї їх системи, стають водночас кілька типів і форм власності у межах одного суспільного способу виробництва.

Поява нових ресурсів – в нашому випадку людських – в економічній системі, викликають певні суперечності, що, в разі їх успішного подолання, виводять розвиток на новий рівень. Економічно активні представники з середовища ВПО виступають рушійними силами цих протиріч, і відповідно, конструктивних змін в економічній системі.

Поліпшення справ в економіці, підвищення рівня життя спільноти неможливі без активізації творчої господарської діяльності, розвитку світогляду та системи цінностей, які спонукали б людину виявляти

ініціативу й самостійність, не очікувати вивільнення робочого місця в уже існуючій структурі, а формування його для себе, а можливо, і інших представників спільноти. Важливою складовою цього процесу є підприємницька етика.

2.4.1 Підприємницька етика: її складові

Самостійність господарювання, ініціативний, творчий підхід до справи викликає необхідність вирішення цілої низки питань, пов'язаних з пошуком ринкових можливостей, дослідженнями з маркетингу, управлінням фінансами, використанням ресурсів, залученням інвестицій. Але передусім підприємець при втіленні своїх задумів, планів пов'язаний безпосередньо з людьми. Йому доводиться здійснювати управління, мати справу з партнерами, налагоджувати контакти з представниками органів державного регулювання підприємництва, клієнтами, консультантами.

Успіх підприємницької діяльності значною мірою залежить від особистих якостей підприємця, ділової культури, професіоналізму, вміння гідно представляти свій бізнес, з повагою до інших вести власну справу. Оцінка людських відносин, поведінки підприємця з точки зору її відповідності загальноприйнятим розумним, цивілізованим нормам втілюється в професійній етиці бізнесмена, культурі підприємництва. Тому важливо ознайомитися з нормами поведінки підприємця, вимогами, які суспільство висуває до стилю роботи, характеру спілкування з людьми, соціальному іміджу очолюваної ним фірми або підприємства.

В умовах перехідної економіки та ознак економічної кризи підприємництво сприймають неоднозначне. Ще не так давно цей вид діяльності пов'язували з експлуатацією. Спостерігається психологічне несприйняття частиною населення приватного господарювання. Але перехід до вільного ринку вимагає соціально-психологічних змін, вироблення сприятливого етичного середовища. Це означає, що потрібна відмова від тих рис, які з'явилися внаслідок відсутності традицій продуктивного підприємництва і орієнтують на одержання прибутку без соціальної відповідальності підприємця.

Етика підприємництва розробляє кодекс поведінки, демонструє гідність намірів підприємця, визначає притаманні йому риси.

Провідне місце серед них безумовно займають ті, що обумовлюють природу підприємця і підприємництва. Перша риса – це заповзятливість, під якою мається на увазі здатність досягати поставленої мети за рахунок власної ініціативи, винахідливості, практичної кмітливості, готовності йти на певний ризик, реалізовувати оригінальні ідеї. Друга – це соціально-новаторський характер діяльності підприємця, його особлива роль у ринковій трансформації економіки. І нарешті, остання риса, що визначає природу підприємця, – це людський фактор, людина, зусилля якої в умовах ринкової економіки спрямовані на одержання прибутку, поєднуються з етичною та психологічною готовністю до відповідального, чесного цивілізованого підприємництва. Це означає, що в будь-якій

підприємницькій діяльності повинні враховуватися інтереси і потреби держави та всього суспільства.

Наведені риси формують етику підприємця і знаходяться у тісній взаємодії.

Саме поєднання чітко усвідомленої природи підприємництва, визначення її корисності для економічного розвитку і соціального прогресу з дотриманням певних норм поведінки підприємцем дає змогу виділити складові підприємницької етики (рис. 2).



У конкретній діяльності наведені складові отримують своє втілення в особливому типі мислення, здатності розглядати все, з чим стикається бізнесмен, з точки зору корисності для власної справи та блага спільноти. Успіх підприємницької діяльності значною мірою залежить від уміння вибудовувати зв'язки, як в межах своєї професійної групи, так і поза нею, дотримуватися договірної дисципліни, зберігати комерційну таємницю.

Отже, основа етичного кодексу організації – слідувати правилам поведінки, що прийняті в цілому для суспільства. Позитивний досвід застосування етичних кодексів накопичується в багатьох структурах України. Постійне дотримання підприємницької етики стає гарантом і стимулом успішної діяльності, конкурентоспроможності бізнесу.

Дотримання професійних цінностей та етичних норм сприятиме, перш за все, підвищенню соціального капіталу в своєму середовищі, і, відповідно, ефективнішій інтеграції. А оскільки відокремлення від соціальної групи не сприяє ані підприємницькій активності, ані реалізації власних ідей в будь-якій сфері, активна позиція в економічній сфері поширюється і на інші сфери суспільного життя. А створивши для себе комфортні соціально-економічні умови життя, особистість більшою мірою налаштована на соціальні та волонтерські проекти для представників «ми-групи» для інших.

2.5 «Звікання» до проблем ВПО

Оскільки питання соціальної інтеграції та підтримки ВПО не втрачає своєї актуальності вже понад два роки, відбувається зворотній процес «адаптації» самої соціальної системи до цих проблем, тобто звікання до

них і приділення ним меншої уваги. При цьому самих проблемних питань, що потребують вирішення, аж ніяк не меншає.

Відсутність комплексності у виробленні та впровадженні політики щодо ВПО є кричущою проблемою. Наразі немає інституції, яка б мала спроможність акумулювати всі ресурси для роботи в цьому полі чи, принаймні, координувати таку роботу. Всі спроби визначити чи створити таку інституцію поки що не дають істотних результатів.

Проте кількість ВПО зростає, і серед цієї соціально неоднорідної групи є внутрішні найменш соціально захищені та найбільш вразливі підгрупи – це підлітки, особи з інвалідністю, діти з неповних сімей, що піддаються подвійним випробуванням.

У суспільстві зростає напруження на невдоволення кількістю ВПО, їх частковій соціальній неадаптованості (що пояснюється об'єктивним та суб'єктивними чинниками), потенційним зростанням конкуренції за обмежені ресурси, що і без того в суспільстві є обмеженими. Надання певних пільг та створення додаткових можливостей для соціального розвитку представникам ВПО подекуди вже негативно сприймається основною частиною населення. Слабкість соціальної солідарності в таких випадках породжує соціальну байдужість, «звикання» до соціальних проблем незахищених соціальних груп, а це в свою чергу, провокує поглиблення соціального розшарування. Подолати ці тенденції можна шляхом активного залучення ВПО до різноманітних сфер громадського життя.

2.6. Участь ВПО в соціальному житті громади

Для забезпечення участі всіх без виключення соціальних груп, зокрема ВПО, у громадському житті та досягнення ефективності цієї участі необхідна передусім достовірна інформація – про потреби, цілі, цінності ВПО. Така інформація може бути отримана за допомогою всебічних досліджень, опитувань, безпосередньої комунікації, що забезпечує розвіювання існуючих стереотипів щодо ВПО та запобігає появі нових. Також позитивний вплив, який важко переоцінити, здійснює достовірна й виважена подача інформація про ВПО у ЗМІ.

В свою чергу, для ВПО теж мають бути забезпечені певні сприятливі умови саморозвитку, зокрема такі як:

- доступ до освіти (середньої, вищої, неформальної освіти)
- доступу до інформації, зокрема про можливості отримання соціальної допомоги, тощо
- забезпечення можливості участі ВПО у процесі розробки політики, законів та підзаконних актів, особливо тих, що безпосередньо стосуються їх інтересів;
- забезпечення робочих місць та створення відповідних умов праці для ВПО

Участь ВПО та організацій, що представляють їх права в процесі прийняття рішень в усіх сферах суспільного життя й на всіх рівнях

державного управління підвищує ефективність заходів, що вживаються в цій царині, сприяє формуванню демократичного та відповідального суспільства.

Користь отримують не лише самі представники ВПО, але й соціально-економічна система в цілому: зменшується кількість несприятливих умов, бар'єрів для всіх членів суспільства, зокрема і ВПО; посилюється вплив громадськості та підвищується відповідальність посадових осіб; формуються умови для особистого внеску кожного громадянина у розбудову суспільних відносин; здійснюється економія коштів; забезпечується можливість для ширшого користування послугами людьми з інвалідністю та особами з особливими потребами; підвищується якість послуг; ефективність політики та послуг зростає завдяки активному залученню до їх розробки та впровадження «експертів з досвідом» – осіб представників ВПО; накопичується більше корисної та професійної інформації; фахівці та посадові особи отримують нові знання з питань ВПО; самі ВПО одержують більше знань щодо своїх прав та можливостей їх реалізації, стають краще поінформованими та впевненими; формується відкрите для діалогу суспільство.

2.6.1. Принципи громадської участі

З метою конструктивних стосунків у процесі прийняття рішень органи державної влади різних рівнів та громадські організації ВПО повинні діяти відповідно до таких принципів.

Участь. Громадські організації ВПО мають долучатися до процесу прийняття рішень. Вони збирають та поширюють пропозиції своїх членів, груп споживачів та інших зацікавлених осіб. Цей внесок має вирішальне значення для прийняття політичного рішення, підвищення його якості та довгостроковості застосування політичної ініціативи. Передумовою цього принципу є доступність участі, що ґрунтується на узгоджених умовах.

Довіра. Відкрите та демократичне суспільство базується на чесній взаємодії суб'єктів та секторів. Хоча роль та можливості громадських організацій ВПО відрізняються від ролі та можливостей органів державної влади, їхня спільна мета – поліпшення життя ВПО – може бути досягнутою, якщо процес її реалізації ґрунтуватиметься на взаємодовірі, що передбачає прозорість, повагу та взаємну надійність.

Підзвітність та прозорість. Діяльність в інтересах громади вимагає відкритості, відповідальності, чіткості та підзвітності як громадських організацій осіб з інвалідністю, так і органів державної влади. Прозорість та підзвітність повинні бути дотриманими на всіх етапах.

Незалежність. Громадські організації ВПО мають визнаватися як вільні та незалежні організації стосовно вибору цілей, прийняття рішень, діяльності. Вони мають право на те, щоб діяти незалежно та захищати своє

бачення проблем, яке може відрізнитися від бачення органів влади, з якими вони, можливо, будуть співпрацювати.

Виклики. На даний час ВПО поки що рідко залучалися (якщо взагалі залучалися) до формування політики, яка впливає на їхнє життя. Як наслідок цього багатьом особам з інвалідністю не вистачає впевненості та навичок, щоб бути повною мірою залученими до процесів прийняття рішень. Перед органами державної влади лежить особлива відповідальність за те, щоб разом з громадськими організаціями осіб з інвалідністю подолати цю проблему.

Рівні участі громадськості

На різних етапах процесу прийняття політичних рішень рівень участі громадських організацій ВПО може змінюватись. Існують чотири рівні участі – від найнижчого до найвищого ступеню залучення. До них відносяться: інформація, консультація, діалог та партнерство. Вони можуть застосовуватися на будь-якому етапі процесу прийняття рішень.

Інформація

Доступ до інформації є основою всіх наступних кроків на шляху залучення громадських організацій ВПО до процесу прийняття політичних рішень. Це досить низький рівень залучення, який зазвичай полягає лише в отриманні інформації від органів влади та не потребує і не передбачає втручання або залучення громадських організацій осіб з інвалідністю безпосередньо до процесу прийняття рішень. Інформація актуальна на всіх його етапах.

Консультація

Така форма ініціативи, під час якої органи влади просять громадські організації ВПО висловити їхню думку щодо конкретного політичного питання чи політичного процесу.

Консультація передбачає інформування громадських організацій органами влади про поточний стан політичного процесу та прохання прокоментувати, висловити зауваження й пропозиції. Ініціаторами та авторами тем для консультацій є органи державної влади, а не громадські організації осіб з інвалідністю. Консультація актуальна на всіх етапах процесу прийняття рішень, особливо під час розробки проекту політики, моніторингу та повторного формулювання.

Діалог

Будь-яка сторона процесу може ініціювати необмежений або конкретний діалог. Необмежений діалог – це двостороннє спілкування, яке ґрунтується на взаємних інтересах і потенційно спільних цілях, з метою забезпечення регулярного обміну думками. Його межі можуть варіюватися від відкритих громадських слухань до спеціалізованих нарад громадських організацій та органів влади. Діапазон питань для обговорення не обмежується, не пов'язується безпосередньо з поточним політичним процесом.

Конкретний діалог ґрунтується на взаємних інтересах стосовно окремого політичного факту, явища, ситуації. Такий діалог здебільшого веде до розробки та прийняття спільних рекомендацій, стратегій або

законопроектів. Конкретний діалог результативніший, ніж необмежений, оскільки він ведеться, як правило, на регулярних зустрічах і досягає узгоджених результатів.

Діалог важливий на кожному етапі процесу прийняття політичних рішень, але має вирішальне значення на етапах встановлення порядку денного, складання проекту рішень та повторного формулювання.

Партнерство

Партнерство це вищий рівень участі у процесі прийняття політичних рішень. Передбачає спільну відповідальність на кожному його етапі. На цьому рівні громадські організації осіб з інвалідністю та органи влади об'єднують зусилля для результативного співробітництва, забезпечуючи при цьому незалежність громадських організацій стосовно їхніх цілей, рішень та діяльності.

Партнерство може передбачати делегування громадським організаціям ВПО конкретного завдання, наприклад, у сфері надання послуг, а також форуми участі та створення органів із прийняття спільних рішень, включаючи питання фінансового забезпечення.

Партнерство може реалізовуватися на всіх етапах процесу прийняття політичних рішень і є особливо актуальним на етапах встановлення порядку денного або здійснення політики.

2.7. Чому участь важлива?

Все вище сказане передбачає цінність громадянської участі ВПО в процесах прийняття соціально важливих рішень. Чому це так важливо і чому варто на цьому наголошувати?

- Громадська участь – ключова складова «рецепту» демократії
- Підвищується прозорість процесу прийняття рішень
- Уряд стає більш відповідним за власні рішення
- Особистий внесок громадян допомагатиме ефективному вирішенню проблем
- Громадяни відчують ефект солідарності на спільної дії

Громадська участь, перш за все, потрібна самим ВПО для забезпечення дотримання їхніх інтересів в процесі прийняття рішень, а також як засіб подолання дистанції, що може виникати між різними соціальними групами – ВПО та місцевим населенням приймаючих регіонів (міст) тощо.

Також громадянська участь потрібна й іншим представникам соціально нестабільних груп, які можуть отримати позитивний досвід відстоювання власних інтересів за допомогою громадянської участі і практикувати його надалі. Один успішний приклад співпраці громадських об'єднань з органами влади діє вищий за велику кількість закликів.

Зрештою, представники громадянського суспільства навчаються досягати бажаних соціальних змін.

Зрештою, громадянська участь потрібна самим владним структурам (органам місцевого самоврядування тощо) для формування довіри і співпраці, розширення каналів інформування про свою діяльність, виявлення ти соціальних проблем, що потребують нагального вирішення, винайдення шляхів вирішення цих проблем та підвищення громадянської підтримки їхньої діяльності.

Тому важливо не тільки наголошувати на необхідності участі ВПО у процесі прийняття рішень, але й забезпечувати практичну можливість цієї участі.

Розділ III. Професійні основи блогерства

3.1. Стандарти журналістики для блогера

Тривалий час блогосферу свідомо відгороджували від журналістики, роблячи акцент на відсутності журналістських стандартів у роботі блогера. Мовляв, які там стандарти в текстах «про все й ні про що». Блогер пише, як заманеться, про що хоче і як хоче, і вимагати від нього дотримання журналістських стандартів просто безглуздо.

Часи і тенденції змінюються. Сьогодні блогосфера набирає ваги як середовище активної соціальної дії. З'являються блогери – справжні лідери думок. Їх блоги не просто читають, їм довіряють. Іноді більше, ніж стандартним ЗМІ. Усе це призводить до того, що на блогерський текст з грамотною інформаційною компонентою накладаються вимоги журналістської якості, які наближають блоги до професійних журналістських стандартів. Стандарти необхідно сприймати не тільки як певні обмежувальні рамки, а як етичні кордони для будь-якої відповідальної інформаційної діяльності, які оберігають таку тендітну й водночас потужну матерію, як довіра і повага читача.

Вмотивована суб'єктивність блогерського слова диктує свої умови актуальності й оціночних суджень, тому зосередимося тільки на тих базових стандартах, які допоможуть блогеру набути компетентного рівня. Ми розглянемо чотири стандарти інформаційної журналістики, які важливо адаптувати для успішної блогерської діяльності. Журналістських стандартів, звичайно, існує більше, і з ними варто обов'язково ознайомитися згодом. Утім на старті блогеру для продуктивної і грамотної діяльності потрібне розуміння саме таких стандартів, як стандарт точності, повноти, збалансованості й достовірності інформації.

Стандарти журналістики для блогера розроблено на основі матеріалів посібника Ігоря Куляса та Олександра Макаренка «Ефективне виробництво теленовін: стандарти інформаційного мовлення» (Київ, 2006 р.) та практичного посібника Олени Голуб «Медіакомпас: путівник професійного журналіста» (Київ, 2016).

СТАНДАРТ ТОЧНОСТІ ПОДАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

Неточна інформація – це дезінформація!

Стандарт точності інформації передбачає насамперед точне відтворення фактів, точне цитування суб'єктивних висловлювань, ретельну перевірку назв, імен, цифр.

#ретельна_перевірка

З точки зору стандарту точності існують факти, перевірка яких має бути особливо ретельною. Найперше – коли ми повідомляємо про смерть конкретної людини! Потрібно ставитися з особливою увагою до новин, які можуть спричинити шкоду, горе, до повідомлень про смерть, поранення тощо.

#офіційні_джерела

Інформація, отримана від співробітників прес-служб, прес-секретарів, речників, прес-аташе, які уповноважені робити заяви від органів влади, установ, організацій, партій, рухів, парламентських фракцій і груп, окремих народних депутатів чи політиків, розцінюється ЗМІ, як офіційна позиція останніх. Ця інформація оприлюднюється із обов'язковим зазначенням джерела, яке несе відповідальність за її точність.

#очевидець_події

Безпосередня реакція на подію означає, що журналіст бачив подію на власні очі. Отже, основну частину фактів блогер подає як очевидець події. Хоча це не означає, що всі факти можуть оприлюднюватися без перевірки чи уточнень. Тому що, по-перше, можна «бачити і не розуміти», – тоді блогер повинен звертатися до учасників події. А по-друге, можна «бачити і не бачити». Усе це знов-таки можна уточнити в учасників події тут же, на місці. Часто блогери в подібній ситуації часто не перевіряють факту в жодному джерелі, а віддають перевагу власним домислам.

#фейк

Сучасний феномен фейків яскраво ілюструє порушення одного з основних професійних стандартів журналістики – стандарту точності. Фейки можуть мати різну природу. Вони можуть створюватися навмисне з метою маніпуляції, а можуть виникати спонтанно, як ненавмисна помилка. Якщо блогер припустився помилки в тексті, він не повинен ігнорувати цей факт. Треба спростувати неправдиву інформацію відразу, як про це стало відомо. Це питання репутації. Читачі будуть більше поважати блогера, який вміє і не боїться визнавати власних помилок.

Ігор Куляс. Стандарти інформаційної журналістики. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=JaTf8TJtfvo>

Освітній сет

МедіаДрайвер. Твій навігатор у світі медіа / Мультимедійний онлайн-посібник. – Режим доступу: <http://mediadriver.online/>

СТАНДАРТ ПОВНОТИ ІНФОРМАЦІЇ

Неповна інформація є інформацією наполовину!

Стандарт повноти потребує у кожному матеріалі відповісти на основні запитання, які розкривають суть новини, викласти всі вагомі деталі і важливі контексти, пояснити цифри і подати всю необхідну фонову інформацію.

#правило_шести_запитань

Незалежно від формату будь-яка інформація про подію має давати вичерпну відповідь на кілька основних запитань: **Що** сталося? **Хто** зробив/сказав? **Де** це сталося? **Коли** це сталося? **Як** це сталося? **Чому** це сталося? **Які** наслідки того, що сталося?

Якщо відповідей на ці «класичні» і доволі прості запитання немає, блогер подав неповну інформацію.

#контекст

Доволі часто важливим щодо повноти викладу певних фактів є той контекст, в якому ці факти існують. Ось поширений приклад: «Бізнесмен А. подарував дитячому будинку 10 комп'ютерів». Це цілком може бути новиною для міських новин.

Але тут треба зазначити всі контексти, які роблять інформацію повною. Наприклад, цей акт доброї волі бізнесмен здійснив за місяць до виборів мера міста, а він є одним із кандидатів. Важливий контекст? Так. Утім, контекст може бути й іншим. Наприклад, бізнесмен А. є вихованцем цього будинку. Це важливо для повноти новини? Так, важливо. Усі ці контексти є важливими саме для цієї новини. Без їх зазначення інформація не може вважатися вичерпною.

#бекграунд

Досить важливою для вичерпності є фонові інформація (бекграунд), яка необхідна у таких випадках: а) «історія питання», коли побіжно згадується якась подія чи коментар, які сталися у минулому; б) коли

використовуються складні поняття, терміни, йдеться про невідому широкому загалові людину.

Завдання бекграунду – пояснити контекст, уточнити та означити назви, зв'язати з попередніми повідомленнями. У людини, що читає матеріал, має скластися цілісна картина ситуації.

Корисний Youtube

Тарас Фролов. Про стандарти журналістики і програму «Не-Стандарт». – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=Vvp3oxOt-Jg>

СТАНДАРТ ЗБАЛАНСОВАНОГО ПОДАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

Незбалансоване подання інформації
завжди є пропагандою на чийсь користь!

Стандарт балансу думок вимагає від блогерів представляти в матеріалі думку всіх сторін конфлікту та забезпечити всебічність та безсторонність висвітлення новин.

#сторони_конфлікту

Інформація сьогодні передається настільки швидко, що дотримання стандарту балансу часто означає тільки озвучення позицій сторін конфлікту. На жаль, це не дає аудиторії глибшого розуміння того, що істинно, а що хибно. Саме тому важливо не просто шукати й подавати позиції, а також аналізувати та перевіряти їхню аргументацію, а якщо на це бракує часу, то подавати незалежну експертну оцінку. Завдання блогера – надати слово всім сторонам конфлікту.

#позиція_журналіста

Журналіст не має ставати на якусь із сторін конфлікту, але має всебічно показати суть конфлікту. Під час висвітлення конфлікту необхідно надати слово та відобразити позиції всіх сторін. При цьому сам журналіст має бути максимально неупередженим та не маніпулювати експертною думкою на користь однієї зі сторін.

#фальшивий_баланс

Рівень протилежних сторін має бути умовно однаковим. Блогер порушує стандарт, коли протиставляє професійного експерта представнику якогось прошарку суспільства. Подавати чиєсь переконання, яке не базується на достовірних даних, і наділяти його такою ж вагою, як і достовірну експертну або наукову точку зору, – означає лише наносити шкоду розумінню цієї проблематики в суспільстві.

#експерт

Експерт – це людина, яка є безумовно компетентною у потрібному питанні, не є стороною конфлікту, навіть більше того – не має в цьому конфлікті жодного власного інтересу. Роль експертної оцінки зростає тоді, коли тема є доволі складною для розуміння (необхідні компетентні пояснення) або ж тоді, коли є важливою оцінка певних фактів, заяв або дій. І ще – в тих випадках, коли ключові сторони конфлікту відмовляються від змістовного коментарю.

#пошук_експертів

Є два основні шляхи пошуку експертів. Якщо йдеться про нові знання, складну наукову, виробничу тематику, експертами можуть виступати фахівці профільних вишів або науково-дослідних інститутів. Якщо потрібні оцінки позицій сторін конфлікту, особливо ж коли йдеться про конкретну структуру (завод, організація, фірма тощо), у якості експертів потрібні люди, які добре знають «внутрішню кухню».

Корисний Youtube

Відеозаняття «Баланс думок в журналістиці». – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ahTXg1rq9pY>

Освітній сет

Онлайн-курс «Новинна грамотність» / Курс «Новинна грамотність» має просвітницьку мету і спрямований на поширення медіаграмотності серед населення в умовах воєнного конфлікту. – Режим доступу: <http://www.video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22>

Медіакомпас : путівник професійного журналіста. – Режим доступу: <http://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/Mediakompas.pdf>

Основи інформаційної безпеки. Онлайнвий курс на Prometheus. – Режим доступу: https://edx.prometheus.org.ua/courses/KPI/IS101/2014_T1/about

Як повернути довіру читача. –

Режим доступу : <http://medialab.online/news/yak-povernuty-doviru-chy-tacha/>

Як журналістська етика і стандарти регулюються законами України. – Режим доступу : <http://imi.org.ua/monitorings/yak-zhurnalistska-etyka-i-standarty-rehulyuyutsya-zakonamy-ukrajiny/>

Онлайн-курси від MediaLab. – Режим доступу : <http://medialab.online/spy-sok-kursiv/>

СТАНДАРТ ДОСТОВІРНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ

Недостовірною інформацією – є лише чуточкою або пліткою, може бути приводом до перевірки, але не більше!

Стандарт достовірності передбачає, що кожен факт, який подається в матеріалі, повинен мати ідентифіковане та надійне джерело інформації.

#джерела_інформації

Блогер повинен чітко повідомляти своїй аудиторії, звідки він узяв у матеріалі той чи інший факт або думку.

Якщо блогер бере новину з іншого ЗМІ, то варто перейти на першоджерело й переконатися в достовірності цього джерела, а також упевнитися, що в оригінальній новині нічого не змінено. Інформація, яку подає блогер, повинна мати авторитетне джерело походження. Що більш сенсаційна новина, то важливіше посилання на авторитетне джерело інформації!

#фактчекінг

Фактчекінг – це перевірка тверджень на повноту, достовірність та наявність маніпуляцій – не лише захищає суспільство від брехні, а й допомагає виховати в громадян критичне мислення, змусити політиків відповідати за свої слова, поліпшує якість політичної дискусії.

Організації, що займаються фактчекінгом – окрім StopFake, в Україні це [VoxUkraine](#), [FactCheck](#) та «Слово і діло». Для оцінки інформації зі специфічних сфер необхідні галузеві експерти.

#анонімні_джерела

Анонімним джерелом може бути тільки у випадку, якщо йдеться про суспільно важливу інформацію, і називання цього джерела може загрожувати його життю, здоров'ю чи професійній діяльності.

Посилатися на анонімні джерела найкраще із зазначенням їх компетентності – найчастіше для цього досить сказати, де працює ця людина: «джерело в мерії», «джерело в Міністерстві оборони», «один зі співробітників цієї компанії» тощо. У виняткових випадках, коли ця людина настільки боїться ідентифікації, що просить вас не повідомляти навіть місце роботи, найкращим посиланням буде «офіційне джерело».

#фейк

У мережі з'являється все більше «фейків» або «вкидів» – неправдивих повідомлень, які підкріплюються піддробленими фото, свідченнями псевдоочевидців та відео.

Простими словами: в соціальних мережах – багато брехні. Часто фейкові повідомлення стають більш популярними, ніж достовірні.

Поширення неперевіреної інформації може призвести до негативних наслідків. Краще таку інформацію не використовувати взагалі, щоб не стати заручником маніпуляції. Завдання блогера тут – правильно «фільтрувати» інформацію.

Корисний Youtube

Відеозаняття «Достовірність інформації в журналістиці». – Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=5q6Ulde1jC8>

Проект «Дослівно». – Режим доступу : <https://www.youtube.com/channel/UC-Dda9tNDQdzE41WAOZYA7Q>

Освітній сет

Stop Fáke – волонтерський інтернет-проект, створений для викриття неправдивої інформації про Україну, а згодом і інші держави. – Режим доступу : <https://www.stopfake.org/>

Поради для журналістів. – Режим доступу : <http://imi.org.ua/advices/>

За цим посиланням ви знайдете статті на такі теми:

- *10 рекомендацій для журналістів щодо гендерного балансу*
- *Як називати людей з інвалідністю*
- *Про сексизм і фемінітиви в українських ЗМІ*
- *Поради журналістам: як перевірити достовірність фото з соцмереж*
- *Як висвітлювати конфліктно вразливі групи населення (інфографіка)*
- *Мова ворожнечі у ЗМІ: якою вона буває та до чого призводить (інфографіка)*
- *Як ефективно використовувати інструмент запитів на інформацію*
- *Інтерв'ювання дитини, що пережила травму: що допустимо*
- *8 помилок журналістів у зоні АТО (інфографіка)*

Етичний кодекс українського журналіста. – Режим доступу : <http://www.cje.org.ua/ua/code>

2017-й – надзвичайний рік для медіа. Враження редакції MediaSapiens. – Режим доступу :

http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/2017y_nadzvichayniy_rik_dlya_media_vrazhennya_redaktsii_mediasapiens/

3.2. Як писати цікаві тексти: поради для блогерів

Надзвичайно важливою умовою блогерського тексту є читабельність. Пост має декілька секунд, щоб привернути увагу читача. Втім не треба забувати і про те, що цю увагу треба ще й підтримувати. Для цього зміст блогерського тексту повинен сприйматися природно, невимушено і з довірою до кожного слова.

Читач повинен відчувати щирість, відкритість блогерського слова і водночас не сумніватися в його компетентності й глибині думки.

Пропонуємо декілька базових порад за матеріалами професійного порадирика Рене Дж. Каппона «Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс» та лекції головного редактора TEXTY.org.ua Романа Кульчинського «Як писати цікаві статті».

<p>Пишіть коротко та по суті</p>	<p>Щоб написати ясно, потрібно ясно уявити, про що саме ви хочете писати. Чітко уявіть, про що пост. Перша фраза є найголовнішою у вашому тексті. Якщо вона не викликає в читача бажання прочитати наступне речення – текст мертвий. Розкажіть, про що ви писатимете в двох словах комусь із друзів. Це може стати початком вашого блогозапису.</p> <p>Намагайтеся писати простими реченнями. Середня довжина речення – 16-17 слів. Не слід прагнути, щоб усі речення були короткі – так ви писатимете для дитячого садка. Однак така середня довжина дасть вам запас для прийняттого міксу; вона дає змогу домінувати коротким реченням, іноді вивільняючи місце для довших. Така різноманітність убереже ваш текст від монотонності.</p>
<p>Пишіть ясною, зрозумілою і доступною мовою</p>	<p>Вимог чи якихось критеріїв оцінки блогерської мови не існує. Головне, щоб усе було якомога зрозуміліше для аудиторії.</p> <p>Уникнути неясності можна через точність і конкретність, через «картинку», яка виникає у читача. Тут у пригоді стають дотепна фраза, гумористичний відтінок, іронічний контраст.</p> <p>Ви повинні писати <i>до</i> читачів, а не повчати їх, мовою, що відповідає їхньому життю й щоденному досвіду — мовою простою, але не нудною, стисло, проте невимушено.</p>
<p>Уявіть свого читача</p>	<p>Пишучи пост, уявляйте людину, яка його читатиме. Потрібно знати свою цільову аудиторію, як ніби це знайома вам людина: скільки їй років, як вона виглядає, які у неї звички.</p> <p>В одній із студій ВВС стіни ньюз-руму обклеїли величезними фотографіями простих людей, щоб журналісти не забували для кого працюють.</p>

<p>Виберіть кут зору</p>	<p>Подивіться на проблему з несподіваного кута зору або ракурсу. Не пишіть банальностей. Не пишіть про те, що і так всі знають.</p> <p>Найбільше люди цікавляться самими собою. З тої величезної кількості подій і фактів, що стають відомими щодня, треба добирати те, що читач може співвіднести з власним життєвим досвідом, проблемами, сферою інтересів.</p> <p>Кут подання тексту має чітко враховувати правила наближення інтересів (в контексті географії, хронології, емоцій, специфіки аудиторії).</p>
<p>Будьте корисними</p>	<p>Якщо ваш пост не дієвий, ніяк не впливає і не змінює чиєсь життя на краще – не публікуйте, поки блогзапис не стане потенційно корисним принаймні кільком людям.</p>
<p>Максимально скорочуйтеся</p>	<p>Перед публікацією перечитайте текст і безжально викресліть усе, що не додає йому цінності: зайві деталі; аргументи, які не б'ють точно в ціль; посилання, які навряд чи хто відкриє; вставні слова й означення, без яких можна обійтися.</p>
<p>Кидайте всі сили на заголовок</p>	<p>Як відштовхнути читача, який насправді цікавиться темою? Звичайно ж, підібравши невдалий заголовок. Пишіть і переписуйте його. В інформаційно перенасиченому світі від заголовка великою мірою залежить, чи піде читач далі за текстом, чи проігнорує весь блогзапис.</p> <p>Для принадливого заголовку можна шокувати читача – знайти ключові слова, співвідносні зі змістом посту, здатні «струсонати» чи просто здивувати читача. Можна перекомпонувати відому фразу, взявши за основу назву книги чи фільму; скористатися грою слів.</p>
<p>Мотивуйте читача до дій</p>	<p>Запропонуйте прочитати щось за темою блогзапису, прокоментувати, перепостити, розповісти друзям. Дія повинна бути простою, не вимагати зусиль чи спеціальної підготовки.</p> <p>Якщо ви маєте достовірну логічно організовану інформацію, читачі зроблять свої власні висновки — без жодних додаткових авторських «трюків».</p> <p>Читача тим легше переконати у чомусь, чим менше ви вдаєтеся до емоцій, нав'язування певної думки,</p>

	<p>багатозначних «підморгувань» і однобокого підбору деталей. Чим менше ви коментуєте чи характеризуєте, тим краще.</p> <p>Очевидні спроби підштовхнути читача до наперед заданого висновку приречені на провал: багато читачів опираються такому нахабному тискові.</p>
Розповідайте історії	<p>Історії надихають, вчать і запам'ятовуються. В історії повинен бути герой. Немає героя – немає історії.</p> <p>Історія повинна викликати емоції. Важливо, щоб історія була емоційно зрозумілою і близькою для читача.</p> <p>Використовуйте влучні деталі. Одна яскрава деталь може замінити сотню порожніх слів.</p>
Візуалізуйте	<p>Вдалий колаж, фото або діаграма додадуть вашому посту шансів стати популярним. Використовуйте шрифти для підвищення читацького інтересу.</p> <p>Найпростіша інфографіка – це графіки, карти, таблиці, кругові діаграми, логічні схеми. У більш складному вигляді інфографіка може бути поєднанням фотографій, текстових блоків, таблиць, діаграм, реконструкцій подій. Вона може бути представлена навіть у вигляді коміксів, карикатур, емблем, ілюстрацій.</p>

Освітній сет

Комунікація громадських ініціатив. Для тих, хто творить зміни. Практичний посібник. – Режим доступу : http://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk-Yaryna-final_22.11.2016.pdf

Цифровий маркетинг: Онлайновий курс на Prometheus. – Режим доступу : https://courses.prometheus.org.ua/courses/Postmen/DM101/2017_T1/about

3.3. Контентна стратегія блогера

Серед блогерів-початків часто виникає питання: чи потрібно вести сторінку блогера у соціальних мережах, зокрема на фейсбуці, якщо є блог, який систематично наповнюється публікаціями.

Ми рекомендуємо створити іміджеву сторінку блогера для того, аби збільшувати читацьку аудиторію блогу, посилювати його вплив, розширювати інформаційні канали. Крім того, блогові дописи можна доповнювати фейсбук-постами, які можна варіювати у темах і жанрах, створювати оперативно.

Ще один важливий аспект присутності блогера у фейсбуці – іміджевий чи брендотворчий.

Статистика українського «Vogue» свідчить, що 70% споживачів отримують контент зі своїх мобільних пристроїв, до того ж роблять це на ходу. На сайт здебільшого переходять зі соціальних мереж, найчастіше – 92% із фейсбуку (За даними Марії Жданової, керівниці диджитал-відділу журналу «Vogue»).

На основі статті Ірини Саєвич, журналістки онлайн-видання «MediaLab», упорядковано стратегічні підходи до професійного використання соціальної мережі Фейсбук, якими послуговується український журнал «Vogue», та які можна адаптувати під потреби блогерок та блогерів.

ЯК ПРАЦЮЄ ФЕЙСБУК

Соціальні мережі – це один із трафікогенераторів, також інструмент просування бренду і збільшення лояльності читацької аудиторії.

Щоб зрозуміти, як стати популярним у фейсбуці, радять вивчити алгоритми його роботи. Інформація у соцмережах видається хронологічно, згодом, коли кількість акаунтів збільшується, новинна стрічка переповнюється контентом. Виникає потреба у ранжуванні постів. Їх оцінюють за низкою критеріїв (кількість сподобань, розшарювань тощо), і вони або просуваються нагору у стрічці, або зникають із неї взагалі.

Щоб зробити свої пости видимими, 96% маркетологів обирають рекламу: вона дешева й охоплює велику аудиторію. Завдяки рекламі пости з'являються у стрічці вище, ніж зазвичай, і їх бачить більше користувачів. Наприклад, у компанії Starbucks розповіли, що у 2016 році оплачували 97% своїх фейсбук-публікацій.

Недоліки використання реклами у Фесбуці: по-перше, її використовують усі; по-друге, на неї може забракнути грошей; по-третє, за допомогою неї маніпулюють. Вкладені у рекламу гроші не гарантують результат.

«Найкращий вихід зі ситуації – створювати якісний продукт», - наголошує Марія Жданова, керівниця диджитал-відділу журналу «Vogue».

Як створити якісний контент

Йона Бергер (англ. Jonah Berger), бізнес-експерт, професор Вортонської школи бізнесу при Пенсільванському університеті, у книзі «Заразливий. Психологія вірусного маркетингу» пропонує шестикрокову схему, яка допоможе зробити тексти більш популярними. Його поради будуть актуальними і для блогерів.

КРОК 1: СОЦІАЛЬНА ВАЛЮТА

Контент повинен бути для аудиторії цінним, працювати на збільшення її соціального впливу. Це матеріали, які хочеться поширити, показавши друзям: «Я читаю саме це».

КРОК 2: ТРИГЕРИ

Контент має викликати певні бажання, стимулювати до нових ідей та думок. Для цього відомі бренди часто використовують у рекламі популярні образи. Наприклад, у більшості покупців Соса-сола асоціюється із різдвяними святами, Kit Kat – із перервою. Роблячи перерву, споживачі пригадують цей продукт і можуть захотіти його придбати.

КРОК 3: ЕМОЦІЇ

Контент має викликати сильні емоції: гнів, радість, співчуття. Фейсбук часто публікує звіти про те, який лайк був найпопулярнішим. Виявляється, найчастіше люди використовують смайлик сміху. Це свідчить про те, що веселий контент приваблює більше користувачів. Проте в українському фейсбуці найпопулярнішим є смайлик гніву. Тому шанси на популярність зростають у контенту в стилі «зрада vs перемога», або в того, який провокує злість.

КРОК 4: РОБИ, ЯК Я

Контент повинен заохочувати повторити щось за авторами матеріалу чи поста. Наприклад, це можуть бути заклики до флешмобів чи акцій. Цікавим

для читачів є формат challenge (наприклад, популярними є фото-челенджі, 30-денні пости-челенджі на певну тематику). Це хороший спосіб для залучення лояльної аудиторії до створення контенту, а також спосіб формувати власну community).

КРОК 5: ПРАКТИЧНА КОРИСТЬ

«Для чого потрібен спінер?» та «Навіщо пришивають кишені на жіночі труси?» – одні з найпопулярніших минулорічних запитів в українському Google. Навіть завдяки таким дивним прикладам можна побачити: людям цікаво, для чого потрібні певні речі і як ними користуватися.

КРОК 6: ІСТОРІЇ

Вважається, що історії спрацьовують краще, якщо їх розповідають відомі люди або бренди. Але насправді новий тренд полягає не в тім, щоб розповідати історії (storytelling), а в тім, щоб їх створювати (storymaking).

Компанії роблять це спільно зі своєю аудиторією. Наприклад, у Vogue є традиція проводити щорічний фестиваль шопінгу. Цього року компанія розіслала п'ятьом українським знаменитостям пакунки Vogue box із персональним запрошенням на шопінг і декількома подарунками. Відомі люди натомість звернулися до своїх підписників в Instagram, аби ті приєднувалися до шопінгу. Кожен мав шанс виграти персональний Vogue box. Це приклад створеної історії. Згодом про це ж таки у Vogue написали текст. Інший приклад творення історії такий: один хлопець звернувся у твіттері до компанії, яка виробляє фастфуд, зі запитанням, скільки потрібно набрати ретвітів, щоби йому подарували курячі крильця. В компанії відповіли: 18 мільйонів. Твіттер-користувачі вирішили допомогти юнакові, й у підсумку він отримав понад 3 мільйони ретвітів. Це стало історією.

Якою має бути контентна стратегія

Мета контентної стратегії – діяти одночасно у трьох напрямках: впливати на кількість переглядів, виховувати лояльну аудиторію та зробити так, щоб серед результатів у пошуковій системі першим був ваш сайт.

Український «Vogue» вважає ідеальною контентну стратегію у комбінації 3H – **HYGIENE, HUB, HERO.**

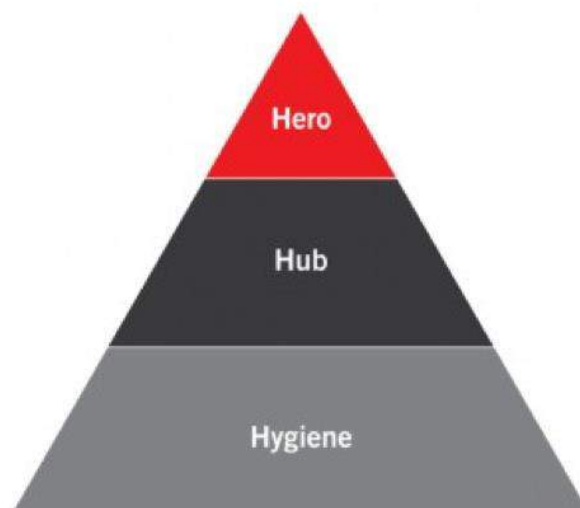
HYGIENE

Коли читачі шукатимуть в інтернеті відповіді на свої запитання, першим джерелом, на яке вкажуть пошуковики, повинно бути ваше видання чи блог. Для цього необхідно дізнатися, що саме цікавить вашу аудиторію й писати такі матеріали, які б відповідали на її запити. Зазвичай у ЗМІ проводять редакційні летючки-планування, на яких продумують контент на тиждень, місяць і навіть сезон. Наприклад, у сфері, про яку пише Vogue, редакційний календар зав'язаний на тижнях моди, днях народження зірок та урочистих заходах. Стратегію продумують так, аби в день вручення Оскару люди читали про це саме на сайті видання. За декілька місяців до заходу у Vogue готують низку матеріалів на дотичні теми, наприклад, пишуть про найкрасивішу сукню на церемонії Оскар за всю історію. Потім розповідають про номінантів. Детально пропрацьовують запит, аби бути у топі результатів у пошуковиках. Такого контенту має бути 30%.

HUB

Це контент, який відповідає на запитання, чому аудиторія заходить саме на ваш сайт. Таких матеріалів повинно бути 60 %. До hub-контенту належать як невеликі тексти, які забезпечують переходи на сайт, так і ексклюзивні рубрики.

В українському Vogue їх є декілька. Наприклад, щомісяця Любка Дереш радить, які книги варто прочитати; є також проект «Що у сумці» – це формат американського Vogue. Аудиторія знає про цю рубрику, тому спеціально у певний час заходить на сайт, щоб почитати нові тексти.



Експерти радять використовувати пірамідальний підхід у створенні такого контенту. Сила піраміди полягає в тому, що ці типи змісту взаємодіють і посилюють один одного.

HERO АБО ВІРУСНИЙ КОНТЕНТ

Завдяки такому контенту можна збільшити кількість підписників лише за один день. Звісно, може і не спрацювати, але спробувати варто. Можна додати у свій контент трішки комедійності, використати наявні нині тренди і опублікувати готовий матеріал у правильний час, наприклад, до якоїсь дати.

Також важливо правильно поширювати контент. Vogue постять вірусні ролики не лише в офіційних групах журналу, але й на особистих сторінках, а також надсилають їх у популярні фейсбук-пабліки. Наприклад, два роки тому на День Незалежності створили ролик «Сім образів України за дві хвилини» (<https://vogue.ua/ua/article/fashion/tendencii/den-nezavisimosti.html>). Це відео стало вірусним, бо було опубліковане вчасно й на доречних платформах. Потім видання розіслало прес-релізи на національні канали, й «1+1» зробив про цей ролик сюжет.

ВИКОРИСТОВУВАТИ КОНТЕНТ ДВІЧІ

Популярні світові медіа використовують один простий метод роботи зі своїм контентом: використовують його більше, ніж один раз. Для цього потрібно мало зусиль, але це працює. Наприклад, у The New York Times є підрозділ Cooking. Замість того, щоби створювати окрему редакцію та щоразу писати нові рецепти, керівництво видання вирішило оцифрувати й перепублікувати рецепти, які протягом останніх сімдесяти років з'являлися на останній сторінці журналу. Тепер сайт є одним із найуспішніших у кулінарній сфері.

У The New York Times використовують також іще один цікавий трюк: одну й ту саму новину ставлять двічі, але з певним інтервалом. У Vogue була схожа ситуація. 17 листопада вийшов трейлер фільму «Фантастичні тварини і де їх шукати», на сторінці журналу опублікували про це пост, який зібрав понад 600 лайків і ще більше переходів на сайт. Згодом помилково запланували опублікувати ту ж таки інформацію вдруге. Другий пост зібрав ще 200 лайків, велику кількість переходів на сайт і, що найголовніше, – не було жодного коментаря на кшталт «звільніть свого smm-ника». Тепер ця помилка переросла у повноцінну стратегію. Американські медіа роблять так набагато частіше, але водночас таргетують

аудиторію, тобто визначають, хто може бачити пост. Тому одним і тим самим людям не доводиться двічі бачити однакову інформацію.

Ще один цікавий хід від американців – публікувати матеріали декількамісячної давнини. Нещодавно тамтешній Vogue опублікував текст про шість місць на Балканах, куди варто поїхати. Але якщо перейти на сайт, то побачимо, що це минулорічний матеріал.

Деякі тексти можна використовувати знову і знову. Це збереже сили і додасть переглядів. В українському «Vogue» така практика є прийнятною і дієвою: наприклад, протягом тижня пишуть про трьох знаменитостей, які з'являлися на публіці у жовтих шубах. Згодом можна зробити матеріал про тренд на жовті шуби й просто зібрати в одному тексті попередні матеріали. Так отримують новий цікавий продукт із мінімальними затратами часу і сил.

Кейс українського «Vogue» відкриває нові підходи до планування і створення контенту: блогери-початківці можуть знайти для себе дієві інструменти та випробувати їх у власному блозі (для наповнення контенту та просування).

Використані джерела

Content Strategy That Works : Hero, Hub, And Hygiene [VIDEO]. – Режим доступу : <http://www.digitalistmag.com/customer-experience/2015/11/10/content-strategy-works-hero-hub-hygiene-03725709>

День Незалежності : 7 образів України за 2 хвилини. – Режим доступу : <https://vogue.ua/ua/article/fashion/tendencii/den-nezavisimosti.html>

Йона Бергер. Заразливий. Психологія вірусного маркетингу. – Наш формат : Київ, 2016. – 288 с.

Ірина Саєвич. Писати так, аби лайкали. – Режим доступу : <http://medialab.online/news/vogue/>

Освітній сет

Цифровий маркетинг : Онлайновий курс на Prometheus. – Режим доступу : https://courses.prometheus.org.ua/courses/Postmen/DM101/2017_T1/about

Від комунальних до незалежних медіа: покрокова інструкція для редакторів. Онлайн-курс на Prometheus. – Режим доступу :

https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:COE+MEDIA101+2017_T3/about

Комунікаційні інструменти для побудови репутації. Онлайн-курс на Prometheus. – Режим доступу :

https://edx.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/CI101/2014_T1/about

Інтернет-медіа Онлайн-курс на Prometheus. – Режим доступу :

https://edx.prometheus.org.ua/courses/KNU/103/2015_T2/about

3.4. Як стати сервісним медіа

Термін «сервісне медіа» для українського інформаційного простору є відносно новим. Його варто сприймати контекстно, не буквально. Якісні блогери стають авторитетними медіа. Сьогодні складно здивувати читацьку аудиторію, яка має безліч джерел для отримання інформації.

Проілюструємо, як працює підхід до створення сервісного медіа на прикладі онлайн-видання «[The Village](#)» – медіа, що пише про культурне та суспільне життя міста, про комфортне проживання в ньому. Найважливіше питання в цьому кейсі – що корисного може запозичити для себе автор блогового проекту, аби заповнити обрану нішу якісним контентом.

Андрій Баштовий, головний редактор «[The Village](#)» акцентує: «Ми працюємо в режимі стартапу. До концепції сервісного медіа ми також дійшли самі. Мені дуже бракувало в Україні видання, яке би просто робило свою роботу, без «бла-бла-бла». Ми даємо людям те, що покращує їхнє життя та дозволяє ефективніше взаємодіяти з містом. Цю взаємодію ми називаємо споживанням. Тобто цільова аудиторія «The Village» – це відповідальні споживачі, які живуть у місті».

ПРО СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ «THE VILLAGE»

(на основі інтерв'ю Андрія Баштового для MediaLab)

➤ В заголовку ми чітко вказуємо, що ти отримуєш, коли прочитаєш

Іноді на наш сервісний підхід нарікають: мовляв, ми робимо занадто «суху» журналістику, наші тексти не мають інтриги. Так, ми жертвуємо частиною трафіку. Але людина, яка приходить на «The Village», не має ілюзій про те, що вона має там прочитати. В заголовку ми чітко вказуємо, що ти отримуєш, коли прочитаєш.

➤ **Відкриття бізнесу – це економічна новина**

Нам часто пишуть коментарі із звинуваченнями в тому, що ми «заробляємо», розповідаючи про щось: багато людей сприймають наші публікації як рекламу. Я ж сприймаю це як журналістику. Відкриття бізнесу – це економічна новина. В Києві багато барів, які зробили для міської культури й економіки більше, ніж чиновники. Тому в «The Village» огляд ресторану може стояти поруч з історією людини з ДЦП.

➤ **Ми підходимо до соціальних тем як до історій, які допоможуть людям**

Навіщо писати про ДЦП? Багато з нас почуваються ніяково, стикаючись із такими людьми. Не знають, як поводитись, як не образити таку людину. Спілкування з людиною, яка має ДЦП, допомогло мені зрозуміти: їх не потрібно жаліти, вони цього не хочуть. Вони не вважають себе слабкими. Ми підходимо до соціальних тем як до історій, які або допоможуть людям із такими проблемами, або дадуть іншим поради, як поводитись із такими людьми

➤ **Бренди не повинні соромитись того, що купили рекламу**

Поки що єдине джерело фінансування «The Village» – рекламний дохід. Частина – від банерної реклами, частина – від нативної. Засновником українського «The Village» є агенція нативної реклами. Це окрема компанія, але я називаю її нашим комерційним відділом. Нам важливо, щоб рекламний контент не переважав над редакційним, тому ми випускаємо дві нативні публікації на тиждень.

Я не люблю, коли нативку сприймають як джінсу.

Нативна реклама не є розміщенням за гроші того, що потрібно бренду. Ми підходимо до неї так само, як до будь-якого контенту – він повинен містити потрібну читачеві інформацію.

Також ми маємо непорушне правило: всі рекламні публікації на «The Village» позначені як реклама із зазначенням рекламодавця. На медійному ринку дивувалися цьому, не розуміючи, навіщо ми це робимо і як бренди на це погоджуються. Але бренди не повинні соромитись того, що купили рекламу.

➤ **Ми не сприймаємо інші медіа як конкурентів**

Ми не сприймаємо інші медіа як конкурентів. Цей ринок занадто недорозвинений, і конкурувати між собою – це те саме, що, сидячи в розваленій халабуді, сперечатись за більш престижне місце.

➤ **Наша стратегія – це контент**

Якщо ми задовольняємо потребу аудиторії, все працює і все класно. Ми можемо пропагувати себе як найуспішніше, найстильніше чи наймиліше медіа, але це не працює: нам не потрібна аудиторія, яка ведеться на такий дешевий обман – обгортку успішності і красивості. Наша цільова аудиторія – це люди, які цінують якісний і потрібний контент.

Ти не можеш чесно і класно робити продукт, якщо не є його споживачем. Уявіть працівників Apple, які ходять з телефонами Samsung. Це абсурд. Я читаю «The Village»: увечері завжди відкриваю новинну стрічку, якщо вдень не встигаю її моніторити. Іноді я навіть не читаю тексти, а просто проглядаю заголовки. Потім, коли в мене ще з'являється час, я читаю інші медіа. Але «The Village» – це першочергове. Це медіа, яке мене обслуговує.

Розробляючи стратегію розвитку блогу, його контент-плану, варто враховувати позитивний досвід професійних медіа (метод бенчмаркінгу).

Також радимо застосовувати SWOT-аналіз як метод стратегічного планування.

Метод SWOT-аналізу дозволяє розділити всі чинники та явища, пов'язані з створенням та підтримкою блогу, на чотири категорії: сильних (Strengths), слабких (Weaknesses) сторін блогового проекту, можливостей (Opportunities) та загроз (Threats), пов'язаних з його функціонуванням.

Використані джерела

Андрій Баштовий: «Наша стратегія – це контент». – Режим доступу :

<http://medialab.online/news/nasha-strategiya-tse-kontent/>

Андрій Баштовий: Як будувати сервісне медіа (Відео). – Режим доступу :

<http://journalism.ucu.edu.ua/video/7325/>

The Village. – Режим доступу :

<http://www.the-village.com.ua/>

SWOT-аналіз. Як ефективно планувати? – Режим доступу :

<http://www.origamistudy.com/swot/>

Приклад статей:

У тебе ДЦП? А по Facebook не скажеш. – Режим доступу :

<http://www.the-village.com.ua/village/city/city-experience/264435-u-tebe-dtsp-a-po-facebook-ne-skazhesh>

3.5. Блог як інструмент реалізації Резолюції 1325 «Жінки.Мир. Безпека»

Незалежно від того, яку суспільно-політичну чи соціальну тему зачіпає блог, є актуальні теми світового значення, які стосуються жінок.

Жінки-блогерки, лідери думок у локальних громадах, які належать до різних соціальних сфер, можуть посилювати прийняті на державному та світовому рівнях законодавчі акти.

Структура «ООН Жінки» працює в Україні з 1999 року. У вересні 2016 року було презентовано Національний план дій «Жінки, мир, безпека», головною запорукою реалізації якого було обрано стратегію консолідації зусиль парламенту, уряду та громадянського суспільства. Національний план дій «Жінки, мир, безпека» має сприяти стабільному миру, розв'язанню конфліктів, активізації участі жінок у миротворчих процесах, забезпеченню захисту жінок та дівчат, які постраждали внаслідок конфлікту, а також запобіганню та протидії гендерно зумовленому насильству.

Україна займає передостаннє місце з 58-ми країн-членів ОБСЄ за рівнем політичної участі жінок. За кількістю жінок у парламенті Україна далеко позаду багатьох країн Азії та Арабського світу (за даними Міжпарламентського Союзу).

У контексті військового конфлікту в Україні знання жінками змісту Резолюції та Національного плану дій «Жінки, мир, безпека» видається вкрай важливим.

Проект „Голос жінки має силу 2019” покликаний озброїти жінок блогерськими інструментами, які допомагатимуть, зокрема, проводити просвітницьку роботу по впровадженню Резолюції «Жінки, мир, безпека».

Жінка і миротворчість – поняття не тільки військового значення. Кожна з жінок виконує свою миротворчу місію на локальному, національному та глобальному рівнях.

Жінки в Україні сьогодні: цей сюжет пов'язаний з вимушеним переселенням, натхненними прикладами громадського активізму та миротворчості, головною зброєю в якій виступає слово.

Які аспекти цієї теми можуть висвітлювати жінки-блогерки?

- *Просвітницькі статті про законодавчу базу, яка покликана забезпечувати дотримання прав жінок («ООН Жінки», Національний план дій «Жінки, мир, безпека», РЕЗОЛЮЦІЯ 1325 «ЖІНКИ. МИР. БЕЗПЕКА»*

- *Поширення закордонного досвіду у просуванні положень РЕЗОЛЮЦІЯ 1325 «ЖІНКИ. МИР. БЕЗПЕКА»*
- *Жіноче обличчя лідерства та миротворчості – представлення українцям історій провідних жінок-лідерок із державного, громадського та медійного секторів*
- *Висвітлення важливої ролі жінок у сучасній Україні як ініціаторів та провідників змін у державному, громадському та медійному секторах*
- *Роль жінок у попередженні конфліктів, жінки під час конфліктних та постконфліктних ситуаціях*
- *Історії медіа-адвокації та првозахисту жінок*
- *Проблеми гендерної рівності та чутливості у різних соціальних та професійних сферах*

Щоб висвітлювати такі непрості теми потрібно постійно поглиблювати свої блогерські вміння, підвищувати рівень професіоналізму, відстежувати публікації за цією темою в провідних ЗМІ та експертних колах.

Рекомендуємо для знайомства декілька гендерно орієнтованих кейсів, які використовують медійний та блогерський компоненти для просування цінностей рівності та захисту прав жінок.

Кейс «Жінки – це 50% успіху України»

(Режим доступу: <http://50vidsotkiv.org.ua/about/>)

Соціальний проект, спрямований на активізацію та підтримку жінок в громадському та політичному житті, врівноваження представництва жінок та чоловіків на ключових позиціях заради пришвидшення створення справді європейської моделі суспільства.

Кейс «Повага: компанія проти сексизму»

(Режим доступу: <http://povaha.org.ua/>)

Лонгріди про жінок-лідерок та успішні правозахисні кампанії <http://longread.povaha.org.ua/>

«Повага» – це кампанія проти проявів сексизму в ЗМІ щодо жінок.

Кейс «Центр гендерної культури як інноваційний центр інтерактивної гендерної освіти»

(Режим доступу: <http://www.genderculturecentre.org/pro-proekt/>)

Розділ IV. Громадянська освіта: тренінгові моделі

До уваги тренера!

Під час підготовки до тренінгу необхідно передбачити зручність та комфорт усіх учасників, перевірити наявність та кількість роздаткового матеріалу.

Технічне забезпечення: аудиторія, стільці, столи, фліпчарт, маркери, папір, олівці, роздаткові матеріали.

4.1. На якому етапі процесу ми знаходимося і куди рухаємось?

Завдання 1

Тренер звертається до учасників і просить подумати над питаннями.

- Якщо проаналізувати шлях від моменту отримання інформації, через етап консультування до колегіального прийняття рішень, на якому відтинку цього шляху перебуває ваша організація?

- Де перебувають ті організації, з якими ви співпрацюєте та на які хочете впливати?

- Якщо вони не керуються принципом колегіального прийняття рішень, то які існують перешкоди? Що може переконати їх в наявності потенційних переваг колегіального прийняття рішень?

Учасники діляться своїми думками з іншими. Тренер модерує обговорення. Робить узагальнення виконаного завдання.

При виконанні вправи можна використати дану таблицю, розширивши завдання для учасників. Варто роздрукувати її заздалегідь для кожного учасника.

Питання	Інформація	Консультації	Прийняття рішень
Де знаходиться ваша організація зараз?			
Де б ви розмістили організації, з якими вихотіли б мати партнерські стосунки або на яких хотіли б впливати?			
Які перешкоди стоять перед вами та організаціями, які не дозволяють вам перейти від інформування до консультацій та від консультацій до інклюзивного прийняття рішень?			
Які конкретні переваги переходу до інклюзивного прийняття рішень?			
Які методи допомогли б вашій організації зробити це?			
Які методи допомогли б організаціям, з якими ви маєте партнерські стосунки або на які ви хочете мати вплив?			
Інше			

4.2. Тренінг «Правові умови спільного процесу прийняття рішень»

Завдання 1

Тренер умовно проводить лінію між двома стінами кімнати і пояснює учасникам, що один край цієї лінії символізує повне залучення осіб, що мають статус ВПО, до життя суспільного осередку, в якому вони мешкають, а протилежний край означає абсолютну ізоляцію, середина цієї лінії означає нейтральність.

Тренер, звертаючись до учасників, просить їх вибрати собі місце на цій лінії залежно від їхніх переконань щодо того, яка політика впроваджується в державі щодо ВПО.

Коли учасники займають свої місця на лінії, тренер просить їх обговорити з партнером, що стоїть поруч, чому вони зайняли дану позицію, висловивши аргументи в підтримку.

Тренер робить узагальнення та надає коментарі.

Законодавство України з питань залучення громадськості до прийняття рішень

Завдання

Тренер розподіляє учасників на три команди.

Перша команда має перерахувати законодавство України, що регулює питання залучення громадськості до прийняття рішень органами влади без виділення окремих суб'єктів, на кшталт об'єднань осіб з інвалідністю.

Друга команда – законодавство України, що регулює питання залучення громадськості до прийняття рішень органами влади, в якому згадуються окремі суб'єкти, зокрема об'єднання ВПО.

Третя команда – законодавство України, що регулює питання залучення об'єднань ВПО до прийняття рішень органами влади.

4.3. Тренінг «Процес спільного прийняття рішень»

Спільне прийняття рішень громадаю та цикл вироблення політичних рішень

Тренер розподіляє учасників на групи. Групі надаються аркуш паперу, фломастери.

Потім тренер пропонує дати відповідь на запитання:

- Який вид діяльності можуть або повинні виконувати органи державної влади на кожному етапі циклу розробки політики (встановлення цілей; розробка та аналіз варіантів; визначення політики; впровадження політики; моніторинг та перегляд)?

Кожна група презентує свої напрацювання. Після обговорення тренер підводить підсумок.

Приклади можливих відповідей

1. Встановлення цілей.

Надання інформації про проблему, яку треба вирішити; запит щодо даних та ідей; громадські слухання та форуми; спільні комітети та робочі групи.

2. Розробка та аналіз варіантів.

Встановлення мінімальних стандартів для громадських консультацій; забезпечення доступу до проектів рішень та дотичної інформації; проведення фокусових групових дискусій (фокус-груп) та громадських зустрічей, залучення експертів та інших зацікавлених осіб.

3. Визначення політики.

Надання доступу до документів, пов'язаних з проблемним питанням, та до пропозицій/проектів рішень; громадські слухання; громадське журі; фінансове планування за участю виконавців.

4. Впровадження політики.

Відкриті та прозорі тендери; планування та розвиток стратегічного партнерства з питань постачання (надання послуг); навчання всіх спеціалістів, які залучені до надання послуг, тими, на кого спрямоване рішення.

5. Моніторинг та перегляд.

Використання зворотної реакції, скарг та подяк; регулярні зустрічі з громадськими організаціями; експертні дослідження та аналіз результатів стосовно цілей; перегляд політики на зборах комітетів; експертні консультації; публічні дебати.

4.4. Тренінг «Роль органів влади в процесі спільного прийняття рішень»

4.4.1. Переваги залучення громадськості до формування політики

Завдання

Тренер об'єднує учасників у дві команди.

Перша команда має перелічити проблеми, які можуть виникнути в урядів, якщо вони не будуть залучати громадськість до процесу формування політики;

Друга команда – переваги, які отримає уряд від залучення громадськості до процесу формування політики.

4.4.2. Відкрите формування політики

Завдання

Тренер пропонує учасникам обговорити наступні питання:

- Що таке відкритість формування політики?

- У чому відмінність між відкритістю та інклюзивністю формування політики?

- Які є засоби забезпечення відкритості політики?

Тренер надає можливість висловитись якомога більшій кількості учасників, а потім робить узагальнення.

4.4.3. Аналіз рівності

Завдання 1

Тренер пропонує учасникам обговорити наступні питання:

Які проблеми можна виявити за допомогою результатів аналізу рівності?

Яких дій необхідно вжити, виявивши їх?

1. Переваги для персоналу

Працівники державних органів, які відповідають за забезпечення транспортом, мають низку додаткових пільг, доступних для персоналу, більшість яких надається на справедливій основі.

Проте при проведенні аналізу рівності особливу увагу було надано пільзі безкоштовного користування послугами транспорту, яка надається персоналу. Партнери (чоловік чи дружина) та діти працівників також мають можливість безкоштовно користуватися громадським транспортом, якщо вони подорожують разом з ними. Безкоштовне користування послугами транспорту недоступне більше нікому, окрім персоналу, їхніх партнерів та дітей.

Які проблеми рівності тут порушено і що варто зробити у даному випадку?

2. Температура в офісі

Як частина плану дій в рамках Стратегії змін клімату урядовий департамент вирішив знизити температуру в усіх своїх офісах на два градуси.

В наслідок цього виникла дискусія у групі з питання дотримання рівності. Особи з інвалідністю зазначили, що хоча більшість персоналу вважає нижчу температуру лише дещо некомфортною, то для деяких осіб з інвалідністю зниження температури може мати серйозні наслідки для їх життєдіяльності.

Які проблеми рівності тут порушено, і яких заходів варто вжити у даному випадку?

3. Конференція

Урядовий відділ планує організувати конференцію з питань нової політики для зацікавлених сторін. Мета заходу – привернення уваги широкого кола зацікавлених осіб, яких можна було б залучити до політичної активності.

Аналіз рівності виявив, що до участі у конференції важливо запросити представників різних зацікавлених груп та спільнот, зокрема релігійних.

Існує низка питань, одне з яких полягає в тому, що попередні дати проведення конференції співпадають з періодом Рамадану. Хоча це не означає, що мусульмани не зможуть відвідати цю подію, проте для деяких осіб це може бути стримуючим фактором.

Місце проведення конференції заброньовано.

Які тут проблеми з питанням дотримання рівності і що варто зробити у даному випадку?

4. Закупівля

Регіональний державний орган переглядає процес закупівлі, щоб збільшити продуктивність та покращити співвідношення «ціна – якість».

Проводиться робота, метою якої є визначення питання рівності щодо бізнес організацій, у яких державні органи здійснюють закупівлю товарів та послуг. Більшість з цих організацій великі, мають непогану репутацію в питаннях рівності. Решта з них – малі та середні підприємства (МСП), значна частина яких перебуває у власності темношкірого населення та представників етнічних меншин. Ще невелика кількість є власністю жінок або осіб з інвалідністю.

Основне завдання перевірки – суттєве скорочення кількості організацій, у яких державні органи здійснюють закупівлі. Це дозволить отримати необхідні адміністративні заощадження та можливо покращити співвідношення «ціна-якість».

Які тут проблеми з питанням дотримання рівності і що варто зробити?

5. Рекрутинг

Державні органи переглядають свою політику та процеси найму на роботу. Це основна політика, котра має відношення до питання рівності, і тому частина її розробки підлягає аналізу на предмет рівності.

Стандартна форма подання на посаду вимагає від кандидатів детальної інформації, включаючи питання інвалідності чи вагітності. Також в обов'язках деяких посад зазначено, що особа, призначена на цю посаду, можливо буде змушена працювати вечорами, у вихідні і повинна мати водійське посвідчення.

Які тут присутні проблеми з питанням дотримання рівності і що варто зробити?

6. Житло

Місцева влада проводить щорічну перевірку виділення житла. Скарги, які отримала влада, становлять частину доказової бази аналізу рівності цієї перевірки.

Існує невелика, проте серйозна за змістом кількість скарг щодо так званого несправедливого виділення житла особам, котрі нещодавно переїхали, мають статус ВПО і стали членами конкретної громади. Місцева влада занепокоєна, що ці скарги – непідтверджені припущення, які можуть мати негативний вплив на добросусідські відносини.

Які тут проблеми з питанням дотримання рівності і яких заходів потрібно вжити?

7. Закриття їдальні

Коледж вирішив закрити їдальню, що обслуговувала студентів в одному з невеликих корпусів. Рішення було затверджено Радою коледжу і контракт з обслуговуючою компанією було розірвано.

Надійшла велика кількість скарг від студентів щодо закриття їдальні, які лише нещодавно були представлені на розгляд деяких членів Ради. Більшість скарг мали досить загальний характер, проте в декількох йшлося про відсутність інших місць, де можна купити їжу, і які б знаходилися неподалік від цього корпусу, окрім місцевого бару.

Які тут проблеми з питанням дотримання рівності і що варто зробити?

4.5. Тренінг «Ефективне працевлаштування»

4.5.1: Чому ми шукаємо роботу?

Мета: Усвідомити мотивацію пошуку роботи; з'ясувати чинники, що впливають на вибір роботи; зрозуміти, що інші люди теж стикаються з труднощами стосовно працевлаштування.

Час проведення: до 30 хвилин

Метод: Мозковий штурм

Опис проведення вправи:

1. Розділіть маркером аркуш паперу на три однакові частини.

Підпишіть над стовпчиками:

- над першим: «Причини, через які я починаю шукати роботу»;
- над другим: «Що зміниться в моєму житті, коли я знайду роботу?»;
- над третім: «Що заважає мені знайти бажану роботу?».

2. Проведіть мозковий штурм з кожного питання. Занотуйте варіанти відповідей. Почніть з першого питання, послідовно переходьте до наступного стовпчика.

3. Підбийте підсумки: які чинники (особистісні, соціальні, професійної самореалізації) можуть слугувати пріоритетами при виборі місця роботи.

Запитання до учасників тренінгу:

- Чи можемо вирізнити три головні причини пошуку роботи?
- Для чого ми виконували вправу?
- Які думки виникають, коли ми дивимося відповіді на поставлені питання?

Результат вправи: Учасники дізнаються про різноманітні причини та чинники, що впливають на вибір професії, роботи. Розуміють, що мотивації (причини пошуку роботи) для кожної людини можуть бути різні та залежать від особистих цінностей. Учасники можуть свідомо враховувати обговорені чинники при виборі роботи. При розгляді всіх наведених варіантів з третього питання учасники можуть дійти висновку, що інші люди мають свої труднощі працевлаштування. Це допоможе підвищити самооцінку учасників.

4.5.2. Хто може допомогти у працевлаштуванні?

Мета: Ознайомити з роботою центрів зайнятості та кадрових агентств

Час проведення: 20 хвилин

Метод: Інформація, обговорення

Опис проведення вправи:

1. Запитайте групу: Які організації допомагають у працевлаштуванні?
2. Запропонуйте групі надати інформацію про роботу державних організацій, що займаються працевлаштуванням: яку підтримку можна отримати; якими є вимоги для тих, хто стає на облік.
3. Обговоріть надану інформацію та запишіть на аркуші паперу.
4. Запитайте групу:
 - Що учасники знають про недержавні організації, які займаються працевлаштуванням?
5. Доповніть, надайте інформацію про кадрові агенції.
6. Запитайте групу: Чи мали вони досвід роботи з організаціями з працевлаштування?
7. Підсумуйте: Які переваги й недоліки мають обговорені послуги, що їх надають організації з пошуку роботи?

Результати вправи: Учасники розширюють знання про діяльність центрів зайнятості та кадрових агентств.

4.5.3. «Обережно: шахрайство під час працевлаштування»

Мета: Повідомити про небезпеку та шахрайство з боку роботодавців або посередників

Час проведення: 25 хвилин

Метод: Обговорення, інформування

Опис проведення вправи:

1. Запитайте групу:
 - Що учасники знають, який мають досвід щодо шахрайства роботодавців та посередників
2. Запишіть усі варіанти відповідей на аркуші паперу.
3. Обговоріть з групою:
 - Що таке легальна та нелегальна робота?
 - Як захистити себе від шахраїв?
4. Доповніть, надайте нову інформацію про небезпеку працевлаштування за кордоном.
5. Підсумуйте: для чого ми виконували цю вправу? Чим була корисною ця вправа?

Результат вправи: учасники отримують інформацію про небезпеку торгівлі людьми, обману з боку роботодавців та посередників. Підвищується свідомість під час розгляду пропозицій працевлаштування.

4.5.4: «Де і яку інформацію шукати про потенційного роботодавця?»

Мета: визначення шляхів пошуку інформації про роботодавців, повідомлення про небезпеку та шахрайства з боку роботодавців або посередників (обговорення, інформація, робота в малих групах)

Час проведення: 20 хвилин

Метод: робота в малих групах, презентація

Опис проведення вправи:

1. Розподіліть учасників на дві групи. Надайте кожній групі маркер та папір.
2. Першій групі дайте завдання написати, яку інформацію необхідно знати про потенційного роботодавця.
3. Другій групі дайте завдання написати, де можна знайти інформацію про потенційного роботодавця.
4. Попередьте, що на виконання завдання дається 10 хвилин.
5. Запропонуйте першій групі презентувати виконане завдання.
6. Запропонуйте другій групі презентувати виконане завдання.
7. Після кожної презентації попросіть усіх учасників додати свої варіанти відповідей.
8. Підсумуйте: Для чого Вам потрібна інформація про роботодавця?

Результат вправи: Учасники набувають навичок для визнання та пошуку інформації, яка може допомогти якомога більше дізнатися про потенційного роботодавця, та успішного інтерв'ю.

Корисна інформація: Джерелом вакансій може бути будь-яка особа чи організація, що має змогу запропонувати роботу.

Джерело вакансій — це не тільки вакансії, про які повідомляється.

Інформацію про вільні робочі місця можуть надати:

- центри зайнятості, молодіжні центри праці, НУО, що займаються дотичними питаннями;
- особисті контакти: друзі, родичі, знайомі;
- засоби масової інформації (преса, радіо, телебачення);
- Інтернет;
- кадрові агентства;
- масові інформаційні заходи (ярмарки вакансій, дні відкритих дверей);
- довідники місцевих компаній, щорічний телефонний довідник «Золоті сторінки України»;
- оголошення в громадських місцях.

4.5.5: «Мої сильні та слабкі сторони»

Мета: навчити самоаналізу сильних і слабких сторін стосовно бажаної посади.

Час проведення: 20 хвилин

Метод: Індивідуальна робота, презентація

Опис проведення вправи:

1. Роздайте всім учасникам тренінгу роздатковий матеріал «Мої сильні та слабкі сторони». Розбити аркуш формату А4 на чотири рівних квадрата.

2. Запропонуйте заповнити схему таким чином:

– у квадраті 2 записати у стовпчик свої сильні сторони;

– у квадраті 3 записати у стовпчик свої слабкі сторони.

3. Поінформуйте учасників, що на виконання завдання дається 5 хвилин.

4. Попросити учасників слабкі сторони з квадрата 3 трансформувати в сильні сторони у квадрат 4.

Слабка сторона —————> Сильна сторона

5. Над стрілкою можна написати, яким чином буде посилюватися слабка сторона.

6. Поінформуйте учасників, що на виконання завдання дається 5 хвилин.

7. Запропонуйте учасникам назвати свої сильні сторони. Надайте таку можливість кільком учасникам за їхнім бажанням.

8. Запропонуйте учасникам за бажанням назвати свої слабкі сторони і віднайдений варіант їх трансформування. У тих випадках, коли учасники

вагаються щодо переформування своїх слабких сторін, запросіть групу запропонувати можливі варіанти.

9. Обговоріть з групою, які труднощі виникали під час виконання завдання.

10. Підсумуйте: З якою метою виконувалася вправа?

Результати вправи: Учасники глибше пізнають себе, набувають навичок самоаналізу, підвищують упевненість у собі, отримують поштовх до самовдосконалення.

4.5.6: «Резюме»

Мета: надати інформацію про резюме

Час проведення: до 15 хвилин

Метод: Інформація, обговорення

Опис проведення вправи:

1. Дайте визначення поняття «резюме».

2. Обговоріть з групою, для чого треба складати резюме.

3. На аркуші паперу напишіть розділи, з яких складається резюме.

Назвіть вимоги до кожного розділу.

4. Обговоріть вимоги до стилю написання й оформлення резюме.

5. Підсумуйте: як можна використовувати власне резюме.

Результат вправи: Учасники здобувають знання про вимоги до написання резюме.

4.5.7: «Ідеальне резюме»

Мета: закріпити на практиці знання й навички з написання резюме.

Час проведення: до 40 хвилин

Метод: Робота в малих групах, презентація.

Опис проведення вправи:

1. Поділіть учасників на кілька малих груп по 4–5 у кожній. Усім групам дайте маркери та аркуші паперу.

2. Запропонуйте кожній групі обрати професію/посаду, на яку треба скласти резюме.

3. Завданням для всіх груп буде придумати такі дані про кандидата, що найбільш відповідатимуть вимогам обраної посади, та скласти ідеальне резюме, щоб результатом стало запрошення на інтерв'ю.

4. Поінформуйте учасників, що на виконання завдання надається 20 хвилин.

5. Запропонуйте групам обрати учасника, котрий презентуватиме ідеальне резюме.

6. Поінформуйте учасників, що на презентацію дається 2 хвилини.

7. Запитайте, яка група хоче розпочати презентацію результатів роботи.

8. Після кожної презентації пропонуйте всім учасникам доповнити запропонований варіант резюме.

9. Після презентації всіх груп підбийте підсумки роботи: Чим вправа була корисною?

Результат вправи: Учасники набувають практичних знань та навичок написання резюме.

4.5.8: «Супровідний лист»

Мета: дати інформацію про супроводжувальний лист

Час проведення: 15 хвилин

Метод: Інформація

Опис проведення вправи:

1. Запитайте в групи, що таке супровідний лист?
2. Надайте інформацію про написання супровідного листа.
3. Підсумуйте: Для чого потрібен супровідний лист? Чи обов'язково треба його надсилати разом із резюме?

Результат вправи: Учасники дістають необхідні знання про можливості та цілі супроводжувального листа.

Корисна інформація щодо складання резюме.

Резюме — це документ, що дає роботодавцю коротку позитивну й достовірну інформацію про кандидата на вільне робоче місце та служить основою для запрошення на співбесіду.

Мета резюме — зацікавити роботодавця в кандидатурі претендента на вакансію. Резюме складається для кожного конкретного випадку. Резюме завжди подається із супровідним листом, де висловлюється бажання отримати те або інше місце роботи та пояснюється, чому саме ви відповідаєте цій вакансії.

Резюме можна використати:

- як джерело інформації для заповнення форм та анкет;
- як лист: звернення з метою отримання роботи;
- під час розмови по телефону з роботодавцем;
- як допоміжний засіб при підготовці до співбесіди;
- як перелік досягнень, який підвищує самооцінку.

Основні вимоги до написання резюме:

- викладати інформацію лаконічно, конкретно, правдиво;
- описувати в резюме тільки позитивні якості;
- вказувати лише ту інформацію, яку можна повністю підтвердити;
- не припускати орфографічних, граматичних та друкарських помилок;

- не використовувати будь-яких абревіатур;

- зроблене у привабливій формі, легким для сприйняття.

Структура резюме:

- Прізвище, ім'я, по батькові.
- Основні особисті дані (дата народження, домашня адреса, телефон)
- Мета пошуку роботи (необхідно зазначити бажану посаду)

– Освіта та професійна підготовка (необхідно перелічити всі навчальні заклади, курси, які закінчували, отримані спеціальності. Випускникам та студентам через відсутність досвіду роботи необхідно приділити особливу увагу заповненню цього розділу).

– Досвід роботи (подається у зворотньо-хронологічній послідовності — спочатку вказують останнє місце роботи, наголос робиться на важливішій інформації. Треба вказати дату початку і закінчення попередньої роботи, назву організації, сферу діяльності організації, посаду, функціональні обов'язки. Варто уникати прогалин у трудовій діяльності. Якщо на якомусь проміжку часу трудова діяльність була дуже насиченою, слід зробити узагальнюючий звіт).

– Додаткова інформація (містить такі відомості, як знання мов, уміння користуватись комп'ютером, ділові риси, наявність прав водія тощо. Хобі варто згадувати лише у випадку, коли воно тісно пов'язане з бажаною роботою).

– Зазначають також, що в разі потреби будуть надані рекомендації.

– Дата складання резюме (поточна дата).

Не варто вміщувати в резюме:

Трудову біографію повністю, оскільки роботодавця цікавлять тільки 3–5 місць роботи протягом останніх п'яти років; фізичні дані; дані приватного життя; причини звільнення з попередньої роботи; вимоги до заробітку; імена осіб, які можуть надати вам рекомендацію.

4.5.9.: «Телефонний дзвінок»

Мета: визначити найсуттєвіші моменти телефонної розмови, а також вивести загальні рекомендації, які допоможуть провести телефонну розмову максимально ефективно.

Час проведення: 15 хвилин

Метод: Мозковий штурм

Опис проведення вправи:

1. Аркуші паперу розділіть посередині на два стовпчики.

Над одним поставте «+», над іншим — «-».

2. Запропонуйте учасникам назвати переваги телефонного дзвінка.

Запишіть їх у стовпчик зі знаком «+».

3. Попросіть учасників назвати недоліки телефонного дзвінка.

Запишіть їх у стовпчик зі знаком «-».

4. Під кожним стовпчиком поставте знак «підсумок» і запитайте учасників, які загальні рекомендації можна надати стосовно підготовки до телефонної розмови.

5. Запропонуйте учасникам сформулювати загальні рекомендації до проведення телефонної розмови, враховуючи всі названі переваги та недоліки розмови по телефону.

6. Доповніть надану учасниками інформацію.

7. Підсумуйте: чим вправа була корисною?

Результат вправи: Учасники отримують рекомендації та поради щодо ефективного проведення телефонної розмови, короткої презентації по телефону.

Рекомендації:

1. По можливості у вправі має бути задіяна вся група.
2. Краще використовувати різнокольорові маркери.
3. Намагатися записувати всі думки учасників.
4. Ураховуючи настрій та зацікавленість групи, а також наявність часу після цієї вправи можна провести рольову ГРУ «Телефонна розмова», запросивши в коло двох учасників за бажанням, або розподіливши групу на пари чи на малі групи.

Корисна інформація

Пошук роботи за допомогою телефона є одним із найефективніших способів потрапити на співбесіду з роботодавцем і в результаті отримати роботу.

Мета телефонного дзвінка і розмови — викликати бажання у роботодавця зустрітися з людиною, яка шукає роботу, і більше про неї дізнатися. Цій меті повинні бути підпорядковані всі дії. Варто уникати спокуси телефонувати одразу, прочитавши цікаве оголошення. Необхідно підготуватися до телефонної співбесіди так, як до особистої зустрічі.

Перед телефонуванням варто:

- в оголошенні виділити назву відділу, ім'я людини, з якою потрібно зв'язатись, вакансію, яка зацікавила;
- записати запитання до роботодавця;
- тримати під рукою копію резюме;
- подумати, якою інформацією можна зацікавити роботодавця;
- підготуватися відповісти на запитання про себе і про зацікавленість саме цією вакансією;
- покласти поруч ручку та папір, щоб записати необхідну інформацію.

Під час телефонування слід:

- попросити з'єднати з людиною чи відділом, який потрібен;
- чітко назвати своє прізвище, ім'я, по батькові, а також вакансію, що цікавить;
- під час розмови уникати мовних зворотів, які свідчать про невпевненість;
- запитувати про те, що цікавить, не соромитись перепитувати незрозуміле, бути готовим відповісти на будь-яке запитання роботодавця;
- домовитись про зустріч, занотувати дату, час, місце зустрічі, ім'я контактної особи;
- якщо вакансія зайнята, запитати про перспективи працевлаштування;
- з'ясувати, чи можна знову зателефонувати через деякий час;
- запропонувати надіслати своє резюме на випадок появи вільного робочого місця;
- подякувати роботодавцеві за витрачений час;

- бути ввічливим і коректним;
- якщо роботодавець погодився переглянути документи, надіслати їх якомога швидше.

4.5.10: «Телефонна розмова»

Мета: закріпити набуті знання й отримати навички ефективної поведінки під час телефонної розмови.

Час проведення: до 30 хвилин

Метод: Рольова гра в малих групах.

Опис проведення вправи:

1. Розподіліть групу на малі групи (4–5 осіб).
2. Запропонуйте двом учасникам: волонтерам з кожної малої групи розіграти ситуацію: «Ви телефонуєте до майбутнього роботодавця з метою отримати запрошення на співбесіду».
3. Учасники сідають в центрі малої групи, спиною один до одного. Один учасник виступає в ролі роботодавця, інший — в ролі апліканта.
4. Решта учасників малої групи виконує роль спостерігачів.
5. На виконання гри дайте учасникам 5 хвилин.
6. Кожна мала група презентує зроблене: учасники-спостерігачі розповідають про свої спостереження, відзначають, що було вдалим, надають пропозиції щодо поліпшення такої роботи.
7. Після кожної презентації – групове обговорення.

Результат вправи: Закріплення набутих знань під час програвання моделі поведінки в конкретній ситуації, набуття досвіду через власні відчуття.

Рекомендації:

Можливі ускладнення ситуації для програвання у малих групах:

- Роботодавець не має часу, дуже поспішає.
- Роботодавець весь час відповідає на дзвінки по інших лініях.
- Роботодавець одночасно розмовляє з Вами і з клієнтом.
- Роботодавець говорить, що в них немає вакансій.

(Але Ви точно знаєте, що є, Вам сказала подруга, яка працює в цій фірмі).

Слід пам'ятати, що остаточна мета гри — домогтися призначення співбесіди.

4.5.11.: «Я очима роботодавця»

Мета: Визначити загальні вимоги до кандидата, поставивши себе на місце роботодавця.

Час проведення: 15 хвилин

Метод: Індивідуальна робота, обговорення в колі.

Опис проведення вправи:

1. Запропонуйте учасникам сформулювати вимоги до кандидата на певну посаду, уявивши себе роботодавцем.

2. На індивідуальну роботу відвести 5–7 хвилин.
3. Запропонуйте групі по колу презентувати виконане завдання: назвати посаду та вимоги до цієї посади.
4. Обговорити, на які вимоги роботодавці звертають найбільшу увагу.
5. Підсумуйте: Для чого виконували цю вправу? Які труднощі виникали під час її виконання?

Результат вправи: Учасники визначають знання, навички й особисті якості, необхідні для бажаної посади.

4.5.12.: Співбесіда з роботодавцем

Співбесіда з роботодавцем є основним методом відбору кандидатів при влаштуванні на роботу. Успіх чи неуспіх залежить як від професійних якостей (освіта, досвід, кваліфікація тощо), так і від того, як себе зарекомендує пошукач на співбесіді.

Типи співбесід

Попередня співбесіда — спілкування з роботодавцем по телефону з метою первинного виявлення відповідності претендента вимогам вакансії.

Перша та друга співбесіди. Перша — проходить з представником відділу кадрів або агентства з набору персоналу, її мета така ж, як і попередньої співбесіди. Друга — безпосередньо з тим, хто приймає остаточне рішення про працевлаштування.

Співбесіда з представниками рекрутингових агентств для надання замовникові списку кандидатів на співбесіду з роботодавцем.

Співбесіда, що проводиться комісією. Цей вид співбесіди використовується корпораціями, державними органами влади.

Групова співбесіда. Цей вид співбесіди практикують деякі компанії для вибору одного або декількох працівників з групи претендентів.

Готуючись до співбесіди, варто:

- забезпечити себе інформацією про організацію, куди запрошено на співбесіду;
- підготувати копії усіх необхідних документів;
- заздалегідь потурбуватися про телефони і прізвища людей які можуть надати рекомендації;
- дотримуватись ділового стилю в одязі;
- визначити місце знаходження підприємства і маршрут, щоб не спізнитися на зустріч;
- скласти приблизний перелік питань, які можуть цікавити роботодавця, і дати на них відповіді;
- підготувати запитання до роботодавця;
- налаштуватися на співбесіду позитивно.

Під час співбесіди слід:

- бути з усіма ввічливим та терплячим;
- відрекомендуватися на початку співбесіди та дочекатися запрошення сісти;
- триматися вільно, але розом з тим офіційно;
- встановити візуальний контакт з роботодавцем;

- уважно слухати запитання, не перебивати співрозмовника;
 - відповідати коротко, по суті, бути об'єктивним та правдивим, але не надто відвертим;
 - якщо є необхідність подати про себе негативну інформацію, обов'язково підкріпити її позитивною;
 - триматися з гідністю, намагатись не справляти враження невдахи, але утримуватись від зухвалої поведінки;
 - уточнити, як можна дізнатись про результати співбесіди, обговорити можливість зателефонувати самостійно;
 - по закінченні співбесіди не забути про звичайні правила ввічливості.
- Підведення підсумків (10 хв).

4.5.13: «Як поводитися під час інтерв'ю»

Мета: надати інформацію про ефективну поведінку кандидата на посаду під час інтерв'ю.

Час проведення: 30-40 хвилин

Метод: робота в малих групах, презентація.

Опис проведення вправи:

1. Розподіліть усіх учасників на дві групи. Дайте кожній групі маркер та папір.
2. Першій групі доручіть написати рекомендації щодо того, як правильно поводитися під час інтерв'ю.
3. Другій групі дайте завдання написати, чого не варто робити під час інтерв'ю.
4. Попередьте, що на виконання завдання дається 10 хвилин.
5. Запропонуйте групам презентувати виконане завдання.
6. Після кожної презентації запитайте групу, чи мають учасники зауваження або доповнення. Проведіть обговорення, запишіть доповнення.
7. Підсумуйте: Чим була корисна для учасників проведена вправа?

Результат вправи: Учасники обмінюються досвідом, дізнаються, як треба поводитися під час інтерв'ю.

4.5.14: «Можливі питання під час інтерв'ю»

Мета: визначити можливі питання, що може поставити роботодавець кандидатові під час інтерв'ю, продумати варіанти відповідей.

Час проведення: 30-40 хвилин.

Метод: Мозковий штурм, робота в малих групах, презентація.

Опис проведення вправи:

Перша частина вправи: мозковий штурм (5 хв)

1. Запропонуйте учасникам назвати можливі питання, що може поставити інтерв'юер.
2. Запишіть всі питання на великому аркуші паперу.
3. Додайте ті питання, що їх не назвали учасники.

Друга частина вправи: робота в малих групах (10 хв)

1. Розподіліть учасників на 4 групи. Дайте кожній групі маркер і папір.

2. Залежно від кількості поділіть можливі питання інтерв'ювання між групами. Доручіть групам підготувати варіанти відповідей на кожне питання.

Третя частина вправи: презентація та обговорення (15 хв)

1. Запропонуйте групам обрати учасника, котрий презентуватиме роботу всієї групи.

2. Поінформуйте учасників, що на презентацію дається 2 хвилини.

3. Запитайте, яка група хоче розпочати презентацію результатів роботи.

4. Після кожної презентації проведіть обговорення:

Запитайте групу:

– Чи мають учасники зауваження або доповнення?

5. Після презентації усіх груп підбийте підсумки роботи: чим така вправа корисна, які труднощі виникали під час виконання роботи.

Результат вправи: Учасники набувають навичок відповідати на питання й аналізувати можливі варіанти відповідей залежно від ситуації.

4.5.15: «Як подолати хвилювання»

Мета: обговорити можливі варіанти подолання хвилювання виходячи з власного досвіду.

Час проведення: 10 хвилин

Метод: обговорення по колу.

Опис проведення вправи:

1. Дайте учасникам подумати про власний досвід та про прийоми подолання хвилювання.

2. Запропонуйте кожному учаснику по колу поділитися особистими методами подолання хвилювання.

3. Підсумуйте: Чому важливо вміти долати хвилювання? Який із запропонованих методів доцільніший?

Результат вправи: Учасники обмінюються досвідом щодо подолання хвилювання.

4.5.16: «Інтерв'ю».

Мета: відпрацювання навичок проходження інтерв'ю

Час проведення: 60–80 хвилин.

Метод: рольова гра

Варіант № 1

Опис проведення вправи:

1. Поясніть учасникам, що буде проведена рольова гра в малих групах.

2. Розподіліть учасників на 2–3 групи.

3. Кожну групу розподіліть на дві частини.
 4. Детально поясніть завдання всім учасникам:
 - Спочатку перша частина кожної з груп буде представляти комісію роботодавця, а друга — буде грати роль кандидатів на вакансії.
 - Кандидати по черзі проходять інтерв'ю.
 - Після проведення інтерв'ю з усіма кандидатами ті учасники, що грали ролі роботодавців, гратимуть роль кандидатів на посади, а ті, що грали роль заявників, гратимуть роль роботодавців.
 - Під час виконання ролі роботодавців учасники можуть поставити по 2–3 запитання, що були обговорені у попередній вправі й записані на аркуші паперу; по завершенні інтерв'ю, члени комісії говорять кандидату тільки «Дякуємо».
 - Під час виконання ролі кандидата на посаду перед інтерв'ю кожний учасник називає посаду, стосовно якої проводиться інтерв'ю.
 - Під час гри не використовуються власні імена та прізвища, посаду краще вибирати відмінну від тих, на яку учасники претендують в реальному житті.
 5. На виконання гри дайте 10 хвилин для першої частини групи та 10 — для другої.
 6. Після закінчення гри попросіть учасників «вийти зі своїх ролей» і повернутися в коло.
 7. Запитайте групу:
 - Які спостереження та відчуття в кожній ролі?
 - Яке враження справила гра?
 - Як вони почувалися в ролі інтерв'юера?
 - Чи легко було проходити інтерв'ю?
 - Які виникали труднощі?
- Підсумуйте: Для чого виконувалася вправа?
- Результат вправи:** Учасники відпрацьовують практичні навички проходження інтерв'ю.

Варіант № 2

Рольова гра «Проходження інтерв'ю»

Опис проведення вправи:

1. Перед проведенням вправи поясніть, для чого ми проводимо рольову гру.
2. «Людина в стресовому стані найчастіше поводиться незвичайно. Оскільки інтерв'ю — це міністрес, ми хочемо зараз спробувати виробити позитивну модель поведінки, яка допоможе нам під час реального інтерв'ю. Наголошуємо, що ми проводимо вправу — рольову гру».
3. Поділіть групу на «трійки» (по три учасники).
4. Попросіть кожну маленьку групу перейти на інше місце для проведення рольової гри (щоб виконання ролі не відбувалося фізично на тому місці, де учасник щойно сидів чи буде сидіти після рольової гри).
5. Поясніть, що один учасник виконує роль роботодавця, другий — влаштовується на роботу, третій — спостерігає.

Можна описати функції (ролі) на окремих папірцях:

– **Роль роботодавця:** Ви очолюєте фірму, що має два продовольчі магазини. Вам потрібна людина на посаду продавця в кондитерський відділ. Обдумайте 2:3 хвилини критерії, за якими Ви будете вибирати претендентку (за можливості опишіть їх), та визначте питання, які Вам важливо обговорити чи з'ясувати під час співбесіди. Проведіть співбесіду. Після закінчення рольової гри обговоріть всі Ваші спостереження з двома іншими учасниками.

– **Роль претендента на посаду продавця у продовольчому магазині:** Ви прочитали оголошення про конкурс на заміщення цієї посади. Ви пройшли курси продавців, умієте користуватися касовим апаратом та хочете працювати на цій посаді. Ви ще не маєте досвіду такої роботи, але дуже хочете її отримати. Подумайте, які аргументи Ви наводитимете на свою користь та які запитання Ви б хотіли обговорити під час співбесіди. Після закінчення рольової гри обговоріть всі Ваші спостереження з двома іншими учасниками.

– **Роль спостерігачів:** Ви — спостерігач. Ваша функція спостерігати і відзначати (за можливості письмово) всі позитивні моменти під час співбесіди й те, що, на Ваш погляд, варто удосконалити. Ви не маєте права втручатися у співбесіду, давати поради чи критикувати. Після закінчення рольової гри обговоріть всі Ваші спостереження з двома іншими учасниками.

6. Папірці доцільно підготувати різні для всіх малих груп (посада офіс-менеджера, посада референта керівника, посада рекламного агента, посада керівника відділу збуту фірми, посада бухгалтера тощо).

7. На підготовку та проведення гри відведіть 5 хвилин.

8. Після гри обговорення не проводять. Поміняйте завдання між групами (щоб не було проходження інтерв'ю на одну й ту саму посаду) та змініть ролі в кожній групі.

9. Таким чином проведіть гру тричі (за кількістю учасників у групі). Важливо, щоб кожний учасник побував в трьох ролях.

10. Попросіть учасників обговорити свої спостереження за грою інших учасників у групі впродовж 5 хвилин. Поверніться в загальне коло для обговорення вправи.

12. Запросіть усіх учасників по колу поділитися своїми відчуттями в кожній ролі. Важливо, щоб усі учасники взяли у цьому участь.

13. Ще раз нагадайте учасникам, що вправу завершено й запропонуйте їм «вийти» з ролей.

14. Підсумуйте: для чого виконувалася вправа?

Рекомендації:

У деяких вправах ми обговорюємо за бажаннями учасників, а в цій вправі бажаним є висловлювання кожного з учасників, щоб тренери могли відстежувати, чи є якісь проблеми, чи виникали якісь труднощі у виконанні вправи, і відреагувати на них.

Можливі запитання тренерів під час цього зворотного зв'язку: «Як у Вас відбувалася вправа? Які ролі Ви виконували?»

Які труднощі Ви відчували в тій чи іншій ролі? Яка роль Вам найбільше сподобалася? Як Ви себе зараз відчуваєте?»

Для тренерів важливо часто називати все, що відбувається «Вправою», а не «Інтерв'ю» чи «Співбесідою», щоб учасники не входили в роль надто сильно.

Під час виконання цієї вправи є небезпека, що учасники надто поглиблюються у роль, спроектовують свої невдачі (у минулому). Потрібно наголосити, що не слід обирати ту посаду, на яку вони хочуть працевлаштуватися або вже проходили співбесіду (якщо так сталося, треба помінятися папірцями з іншою підгрупою). Бажано звернути увагу учасників на те, щоб вони не називали себе під час рольової гри на власне ім'я.

Якщо людина не впевнена в собі, доцільно, щоб вона почала з ролі роботодавця або спостерігача.

Можна обговорити можливість проведення такої рольової гри вдома з людьми, котрим учасники довіряють. Це доречно, коли учасник йде на реальну співбесіду, вже має інформацію про роботодавця, фірму, посаду тощо. Можна також проговорювати основні моменти співбесіди вголос перед дзеркалом.

Після обговорення потрібно простежити, щоб усі учасники вийшли з ролі. Це можна зробити кількома шляхами. Інколи достатньо, щоб тренер просто сказав, що зараз ми продовжимо працювати на тренінгу, переходимо до виконання іншої вправи. Після вправи варто провести «рухавку»: потрібно, щоб учасники (для кращого виходу з ролі) пересіли з місць, де тривала гра. Після проведення гри в малих групах, якщо є бажання продемонструвати проведення інтерв'ю для всієї групи, потрібно це зробити й обговорити в загальному колі. Але потім обов'язково повернутися до обговорення того, що відбувалося в малих групах.

4.6. Рольова гра «Я - українець»

Рольова гра з елементами дискусії призначена для лідерів молодіжних громадських організацій, старшокласників та студентів коледжів.

Тема: дискримінація та її наслідки

Цілі:

- Формування правової грамотності, профілактика дискримінації серед молоді
- Виховання особистості і активізація громадянської позиції через правову гру.
- Постановка перед учасниками проблеми дискримінації за расовою (національною) ознакою

- Ознайомлення з основними правовими документами з питань дискримінації
- Формування правового світогляду учасників через обговорення в ігровій формі та розгляд психологічних ситуацій, що виникають в житті.

Хід заходу:

1. Привітання
2. Гра «Портрет»:

Група об'єднується в три менші підгрупи, які працюють окремо одна від одної. Всім групам видаються однакові портрети. У першій групі хлопцям кажуть, що на портреті зображений злодій-переселенець, на совісті якого не одна крадіжка. Є свідчення, що він недочуває, але потерпіла не впевнена. Другій групі коментарі даються протилежні: що це прекрасний сім'янин, який приїхав шукати роботу в Івано-Франківську, і не може її знайти. Третя група не отримує жодних відомостей про цю людину.

На першому етапі гри двом групам дається завдання знайти в портреті людини риси, що підтверджують ту інформацію, що вони отримали. Третя група повинна описати людину з портрета і спробувати якомога повніше уявити собі її характер, долю (щоб потім розповісти про це іншим).

Другий етап гри – спільне обговорення. Перед учасниками "розкривається обман", в який їх увели на початку гри. Молоді люди обмінюються результатами своєї роботи в групах, причому "нейтральна" група повинна повідомити свої результати обговорення та вивчення портрету останньою.

3. Теоретичні основи проблеми дискримінації:

Всі ідеї "Декларації прав людини" базуються на визнанні гідності кожної людини, на принципі толерантності у відносинах між людьми. Виходячи з цього, основними поняттями тренінгу ми вважаємо: "гідність", "рівність", "терпимість". Крім перерахованих понять в даному розділі вводяться наступні: стереотипи, забобони, дискримінація (її види), національні меншини, національні проблеми, співпраця.

4. Дискусія про проблему дискримінації:

Поштовхом для зміни ставлення до інших національностей і внутрішньо переміщених осіб може стати усвідомлення і аналіз власних поглядів, що виявляються при зіставленні їх з поглядами інших учасниками в групі. Найкраще, якщо учасники заповнять опитувальний аркуш, який стане містком до загальної розмови.

Назвіть, з якими національностями у вас асоціюються такі риси характеру: забіякуваті, талановиті в майстерності, мовчазні, доброзичливі, спортивні, музичні, чуйні, елегантні, сильні, злі, милі, боязкі, охайні, крикливі, красиві, дотепні, розпечені, щедрі, розважливі і тд.

Питання для обговорення:

- Які риси ти відзначив у всіх?
- Які риси виділив у меншості та які у більшості?
- На чому ґрунтувалося твоє рішення?
- Які риси притаманні в рівній мірі всім національностям?

- Чи є окремі риси типовими для певної національності?

- У чому ми схожі та чим відрізняємося?

Нижче наведені питання, що відносяться до вашого етнічного досвіду і походження.

- Які національності входять в твоє оточення (сусіди, люди, з якими ти стикаєшся щодня)?

- До якої національності належать твої однокласники, вчителі, тренери? Твої приятелі, знайомі?

- Твій лікар, якого ти відвідуєш? Листоноша, продавець, у якого робиш покупки?

- Чи є у тебе близьке знайомство з представником іншої національності?

- Згадай враження (подію), яке мало позитивний вплив на твої етнічні погляди.

- Чи захоплювався ти (схвально висловлювався) будь-якими особливостями національної або расової групи (в твоєму оточенні, в державному або світовому масштабі)?

- Чи обмежується твоє коло спілкування людьми лише твоєї національності, чи у тебе є контакти з іншими культурами, народностями, групами?

- Чи хотілося тобі розширити своє оточення? Що ти для цього можеш зробити?

5. Обговорення конкретних життєвих ситуацій:

- Твоя молодша сестра вже давно готується до свого дня народження (10 років). Вона покликала своїх приятелів зі школи і художнього гуртка. Тепер вона каже мамі, котра готує святкові страви, що серед запрошених є циганка. Ви бачите на обличчі матері розчарування і невдоволення, вона говорить дочці: "Простеж, щоб циганка не забула вмитися. Стеж, з чим вона буде грати, щоб нічого не пропало". Спробуйте сказати щось, щоб мати зрозуміла і звернула увагу на неправильність своєї реакції.

- Ви з мамою і тіткою їдете в поїзді. У сусідньому купе їдуть дві жінки, що говорять угорською мовою. Ніхто з вас угорської не розуміє, але через деякий час матері і тітці починає здаватися, що "угорські бовтанки" ні на хвилину не замовкають. Тітка нахилилася до матері і шепоче: "Що за розпещена угорка! А хто їх розпестив? Їх власні чоловіки. Знаю я їх словник: любя, сердечко, золотце ... А вони насправді плюються і бруднять все навколо себе. Подивися, ні на хвилину розмови не зупиняються! " Відчуваєш несправедливість звинувачень тітки? Як відреагувати?

- Увечері ти йдеш з батьком по вулиці. Ви чуєте звідкись музику. Коли підходите, бачите натовп людей, які слухають вуличного музику – людину у інвалідному візку, плескають у долоні, деякі кидають гроші в його капелюх. Ти хотів зупинитися і теж послухати, але батько голосно шепоче тобі на вухо: "це він сльозу вибиває просто, нерозумно за це платити. За пару хвилин – це занадто багато. Ага, поліцейська машина! До нього зараз доберуться!" Що ти відчуваєш і як реагуєш?

- Ти з приятелями (братом і сестрою) на дискотеці. Твоя приятелька йде до танцю з хлопцем кримсько-татарської національності. Брат їй загрожує: "Підеш ще раз з цим брудним орангутангом - покажемо і тобі і йому". Знову є можливість висловити свою думку.

7. Висновок:

У зв'язку з наведеними прикладами, ми прагнемо, щоб головним підсумком обговорення став висновок про те, як важливо вміти відокремлювати власні судження від нав'язаних ззовні і виявляти в загальному потоці інформації, з одного боку, стереотипи і штампи, і з іншого боку, конструктивну інформацію.

Дискримінація зачіпає людей в тій мірі, в якій вони є іншими. Але інший спосіб життя, можливо, так само гарний, як і наш. Діти повинні пишатися кольором своєї шкіри, своєю історією, знати своє коріння, але одночасно вміти гідно оцінювати не схожого на себе. Це дуже важливо для власної ідентифікації й формування того позитивного образу, на основі якого інші складають про нас своє враження. Знайомство з культурою, звичаями і способом життя інших людей, вміння зайняти позицію іншого допомагає пояснювати наші забобони, а значить, усувати мотиви дискримінації. У той самий час знання іншого ще не є гарантією терпимого до нього відношення. Потрібні спеціальні педагогічні зусилля для того, щоб дискримінаційне поведінка перестала сприйматись як норма.

Кілька корисних рекомендацій:

1. Власна ідентифікація, усвідомлення своєї культурно-етнічної спадщини та психологічних рис, формування прийняття людей якими вони є. Це стосується всіх сучасних домінуючих груп і меншин.

2. Пізнання інших груп і меншин. Неможливо говорити про них і реагувати на них без якихось знань (точність інформації особливо важлива) або з обмеженими знаннями.

3. Уявити конкретні приклади подібності людей, розкрити численні загальні риси, що реально існують і є основою для подолання вузькості поглядів.

4. Розвинути повагу до відмінностей (расових, культурних, етнічних), здатність вчитися в інших народів, а не тільки терпіти їх; розуміння, що якщо хтось не схожий на мене, це не означає, що він краще за мене або гірше за мене – ми різні, та й годі.

5. Навчитись розпізнавати перешкоди до взаєморозуміння, перепони на шляху контакту (забобони, стереотипи).

6. Розвивати здатність розуміти невербальні знаки, коритися і поступатися цим знакам.

7. Створити розуміння світу як єдиної людської сім'ї, в якій люди живуть і роблять спільну справу. Життя людей могло бути багатшим при розвитку такого розуміння і готовності до співпраці.

Список корисних ресурсів

1. Міжнародні та національні стандарти захисту прав внутрішньо переміщених осіб. – (Електронний ресурс). – Режим доступу: <http://unhcr.org.ua/uk/novini/novyny/1232-litsa-peremeshchennye-vnutri-strany>; <http://www.nplu.org/article.php?id=123>
2. Актуальні юридичні новини для вимушених переселенців. - (Електронний ресурс). – Режим доступу: <http://dmsu.gov.ua/>; <http://krymsos.com/ru/settlers/news/aktualni-yuridichni-novini/>
3. Войналович І. А. Вимушені переселенці: зарубіжний досвід, стан та реалізація їх прав в Україні / І. А. Войналович, М. О. Кримова, Л. В. Щетініна // Соціально-трудова відносина: теорія та практика . - 2014. - № 2. - С. 250-257.
Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stvttp_2014_2_37
4. Робота для переселенців. – (Електронний ресурс). – Режим доступу: <https://www.work.ua/jobs/migrants/>; <http://www.trud.gov.ua/control/uk/index#typeSearch=1&startPos=0>
5. Корисні поради вимушеним переселенцям. – (Електронний ресурс). – Режим доступу: <http://helsinki.org.ua/topic/pereselentsyam-ta-krymchanam/>
6. Соціальне партнерство – (Електронний ресурс). – Режим доступу: https://socpartnerstvo.org/ru/projects/clothes/?utm_source=facebook&utm_medium=post&utm_campaign=besplatnie%20vechi
7. Контакти центрів безоплатної юридичної допомоги. – (Електронний ресурс). – Режим доступу: <http://old.minjust.gov.ua/42609>
8. Посібник з громадянської освіти „Компас”. – (Електронний ресурс). – Режим доступу: - <http://www.coe.int/en/web/compass>
9. Результати моніторинга дотримання прав вимушених переселенців – людей з обмеженими фізичними можливостями. – Фондація прав людини.- (Електронний ресурс). – <http://uhrf.org/download/1.pdf>
10. Ресурс для переселенців.– (Електронний ресурс).– Режим доступу: - <http://www.idps.in.ua/>
11. Міжнародна організація з міграції.– (Електронний ресурс).– Режим доступу: - <http://www.iom.org.ua/ua/dopomoga-vymushenym-pereselencyam-i-gromadam-yaki-zaznaly-naslidkiv-konfliktu>