

**Міжнародний благодійний фонд  
«Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні»**

**Державний інститут сімейної та молодіжної політики**



**Тренінги  
з підготовки волонтерів до роботи  
з формування толерантного ставлення  
щодо дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД**

**Навчальний модуль**

МІЖНАРОДНИЙ БЛАГОДІЙНИЙ ФОНД  
«МІЖНАРОДНИЙ АЛЬЯНС З ВІЛ/СНІД В УКРАЇНІ»

ДЕРЖАВНИЙ ІНСТИТУТ СІМЕЙНОЇ ТА МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ

**ТРЕНІНГИ  
З ПІДГОТОВКИ ВОЛОНТЕРІВ ДО РОБОТИ  
З ФОРМУВАННЯ ТОЛЕРАНТНОГО СТАВЛЕННЯ  
ЩОДО ДІТЕЙ, ЯКИХ ТОРКНУЛАСЬ ПРОБЛЕМА ВІЛ/СНІД**

НАВЧАЛЬНИЙ МОДУЛЬ

УДК 364.044.26: [616.98: 578.82 ВІЛ–053.2]

ББК 65.272р  
Т 66

Т 66 Тренінги з підготовки волонтерів до роботи з формування толерантного ставлення щодо дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД: навч. модуль / Н.Гусак, О.Панфілова, Н.Романова, В.Сановська, Д.Степанченко; МБФ «Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні», Держ. ін-т сімейн. та молодіж. політики. — К., 2011. — 240 с.

Навчальний модуль розкриває основні аспекти організації та проведення тренінгів щодо підготовки волонтерів з формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД, під час проведення інформаційно-просвітницьких кампаній. Посібник розрахований не тільки на досвідчених тренерів, але й на тих, хто тільки розпочинає свою тренерську діяльність. Також може бути корисним для студентської та учнівської молоді, викладачів, інших працівників органів освіти, фахівців державного і недержавного секторів, які працюють з дітьми, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД, та їх рідними з питань формування толерантних стосунків у молодіжному середовищі й громаді.

**Авторський колектив:**

*Наталія Гусак*, магістр соціальної роботи, старший викладач Школи соціальної роботи НаУКМА; *Ольга Панфілова*, старший спеціаліст з програм для дітей МБО «Східноєвропейське та Центральнаазійське об'єднання ЛЖВ», психолог, соціальний педагог; *Наталія Романова*, канд. пед. наук, керівник центру здорового способу життя Державного інституту сімейної та молодіжної політики; *Вікторія Сановська*, начальник відділу формування здорового способу життя департаменту молодіжної політики Міністерства України у справах сім'ї, молоді та спорту; *Дарина Степанченко*, старший науковий співробітник Державного інституту сімейної та молодіжної політики.

**Рецензент:**

*Оксана Ануфрієва*, канд. пед. наук, доцент кафедри економіки та управління персоналом Університету менеджменту освіти НАПН України.

**Редактори:**

*Марина Варбан*, канд. психол. наук;  
*Наталія Романова*, канд. пед. наук.

**Наклад:** 2000 прим.

**Верстка:** *Лариса Конончук.*

**Малюнки:** *Анастасія Шкуренко.*

**Літредакція та коректура:** *Олена Кожушко.*

*Публікація підготовлена та видана в рамках програми «Підтримка профілактики ВІЛ та СНІД, лікування й догляд для найбільш уразливих груп населення в Україні», підтриманої Глобальним фондом для боротьби зі СНІДом, туберкульозом та малярією. Думки, викладені в даній публікації, належать виключно авторам і можуть не співпадати з думкою Глобального фонду для боротьби зі СНІДом, туберкульозом та малярією. Глобальний фонд для боротьби зі СНІДом, туберкульозом та малярією не брав участі в погодженні та затвердженні як безпосередньо матеріалу, так і можливих висновків, які впливають з нього.*

*The views described herein are the views of this institution, and do not represent the views or opinions of The Global Fund to Fight AIDS, Tuberculosis & Malaria, nor is there any approval or authorization of this material, express or implied, by The Global Fund to Fight AIDS, Tuberculosis & Malaria.*

# Зміст

ВСТУП .....	6
СЛОВНИК ТЕРМІНІВ .....	7
Зміст навчального модуля «Тренінги з підготовки волонтерів до роботи з формування толерантного ставлення щодо дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД» .....	8
Тематичний робочий план «Тренінги з підготовки волонтерів до роботи з формування толерантного ставлення щодо дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД» .....	9
Сесія I. Тренінг «Шляхом толерантності до розуміння та взаємодії у суспільстві» .....	11
Тема 1. Початок роботи, представлення теми, мети, завдань .....	14
Тема 2. Популярно про ВІЛ/СНІД .....	17
Тема 3. Шляхом толерантності до розуміння та взаємодії в суспільстві .....	26
Додаток 1. Інформаційні матеріали до сесії I .....	32
1.1. Життєвий цикл вірусу ВІЛ .....	33
1.2. Аналогія з потягом .....	34
1.3. Призупинення розмноження ВІЛ: як працює АРВ .....	37
1.4. Виявлення та форми стигматизації .....	38
1.5. Рекомендації щодо боротьби зі стигмою та дискримінацією .....	39
Сесія II. Тренінг «Хто такі волонтери та як їх готувати до роботи на час інформаційно-просвітницьких кампаній з толерантності» .....	41
Тема 1. Формування громадської думки щодо толерантного ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД .....	51
Тема 2. Що ми знаємо про проблеми людей, які живуть з ВІЛ .....	52
Тема 3. Як залучити волонтерів до роботи .....	54
Тема 4. Як розробити волонтерську програму: основні кроки .....	54
Тема 5. Модель організації волонтерської роботи .....	56
Тема 6. Підготовка волонтерів до участі у інформаційно-просвітницькій кампанії .....	59
Тема 7. Практичне впровадження моделі залучення волонтерів, залежно від місця роботи/навчання/проживання .....	61
Тема 8. Якою має бути програма підготовки волонтерів до роботи .....	62
Тема 9. Як організувати волонтерів для проведення роботи з формування толерантності .....	63
Тема 10. Визначення основних понять: стигма, дискримінація, толерантність .....	64
Додаток 2. Інформаційні матеріали до сесії II .....	66
2.1. Вхідна анкета учасника .....	67
2.2. Презентація «Толерантне ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД» .....	68
2.3. Міфи про проблему ВІЛ/СНІД .....	70
2.4. Що ми знаємо про проблеми людей, які живуть з ВІЛ .....	72
2.5. Презентація «Загальна характеристика різних категорій волонтерів, що можуть працювати з ВІЛ-позитивними дітьми» .....	74
2.6. Зразок анкети волонтера .....	76
2.7. Що забезпечує успіх у співпраці з волонтерами .....	78
2.8. Міні-лекція «Як розпочати роботу з волонтерами?» .....	79
2.9. Міні-лекція «Як розвивати волонтерську діяльність?» .....	81



2.10. Презентація «Залучення волонтерів до роботи з дітьми, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД» .....	82
2.11. Модель організації волонтерської роботи .....	88
2.12. Стигма і дискримінація .....	89
2.13. Життєві історії дітей, що живуть з ВІЛ .....	92
2.14. Вихідна анкета учасника .....	94
Сесія III. Тренінг для тренерів «Особливості організації та проведення» .....	95
Тема 1. Тренінг як інтерактивна форма навчання .....	102
Тема 2. Тренер та його тренерська робота .....	103
Тема 3. Підготовка навчальної програми тренінгу .....	104
Тема 4. Форми та методи роботи на різних етапах тренінгу .....	105
Тема 5. Як провести успішний тренінг .....	105
Тема 6. Групова динаміка як важливий фактор успішного тренінгу .....	106
Тема 7. Технічне забезпечення тренінгу .....	108
Тема 8. Ефективний зворотний зв'язок у процесі тренінгу .....	108
Тема 9. Оцінка ефективності тренінгу .....	109
Додаток 3. Інформаційні матеріали до сесії III .....	111
3.1. Вхідна анкета учасника .....	112
3.2. Міні-лекція «Тренінг як інтерактивна форма навчання» .....	113
3.3. Презентація «Мистецтво бути тренером» .....	116
3.4. Міні-лекція «Особливості підготовки навчальної програми тренінгу» ..	119
3.5. Групова презентація «Застосування різних форм та методів роботи на різних етапах тренінгу» .....	123
3.6. Презентація «Етапи розвитку групи. Роль тренера на кожному етапі» ..	125
3.7. Міні-лекція «Особливості технічного забезпечення тренінгу: корисні поради» .....	127
3.8. Міні-лекція «Методи оцінювання ефективності тренінгу» .....	129
3.9. Вихідна анкета учасника .....	130
Сесія IV. Тренінг «Вчимося формувати толерантність, або популярно про форми та методи інформаційно-просвітницької роботи» .....	131
Тема 1. Форми та методи роботи .....	137
Тема 2. Особливості використання методу «міні-лекція» .....	137
Тема 3. Особливості використання методу «мозковий шторм» та «групова дискусія» .....	138
Тема 4. Особливості використання методу «відеолекторій» .....	139
Тема 5. Робота з випадком .....	140
Тема 6. Форум-театр .....	141
Тема 7. Вибір форм та методів роботи з різними цільовими групами .....	141
Тема 8. Толерантність та дискримінація: відмінності у виборі методів .....	142
Тема 9. Підбір інформації до конкретних методів роботи .....	143
Тема 10. Вибір методів роботи .....	144
Додаток 4. Інформаційні матеріали до сесії IV .....	146
4.1. Вхідна анкета учасника .....	147
4.2. Представлення тренінгу .....	148
4.3. Презентація форм і методів роботи .....	149
4.4. Що таке «мозковий шторм» .....	152
4.5. Що таке «групова дискусія» .....	154
4.6. Сценарій Форум-театру .....	156
4.7. Характеристики цільової аудиторії .....	157
4.8. Презентація «Особливості підбору інформації» .....	160
4.9. Вихідна анкета учасника .....	162

Сесія V. Тренінг «Інформуємо! Активізуємо! Діємо!» або як організувати та провести інформаційно-просвітницьку кампанію з питань толерантності для соціальних працівників та волонтерів профілактичних програм, які працюють у сфері протидії ВІЛ/СНІД .....	163
Тема 1. Організація та проведення інформаційно-просвітницьких кампаній .....	172
Тема 2. Особливості інформаційно-просвітницьких кампаній з питань формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД. ....	177
Додаток 5. Інформаційні матеріали до сесії V .....	184
5.1. Вхідна анкета учасника.....	185
5.2. Міні-лекція «Рекламна кампанія» .....	186
5.3. Роздатковий матеріал на тему «Рекламна кампанія».....	189
5.4. Матеріали щодо боротьби зі стигмою та дискримінацією .....	191
5.5. Презентація «Етапи створення та розповсюдження інформаційних матеріалів» .....	193
5.6. Презентація «Види інформаційних матеріалів та технології їхньої розробки».....	195
5.7. Презентація «Рекомендації щодо підготовки роздаткових інформаційних матеріалів» .....	196
5.8. Вихідна анкета учасника.....	197
5.9. Тренінг для державних чиновників (працівників центральних і місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування) .....	198

**Додаткові інформаційні матеріали** «На допомогу тренеру: детально про проблематику ВІЛ/СНІД та толерантність»<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Надаються в електронному варіанті.

## Вступ

Даний навчальний модуль спрямований на допомогу організаторам та учасникам інформаційно-просвітницьких кампаній з формування толерантності до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД, та їх рідних. Організація таких масштабних заходів вимагає залучення великої кількості волонтерів, різних за віком, рівнем знань та досвідом практичної роботи у цій сфері, що може створювати значні труднощі у роботі.

Уникнути труднощів можна за умови запровадження тренінгів з підготовки волонтерів до роботи за даною тематикою. У ході тренінгів волонтери не тільки зможуть набути необхідних практичних навичок, але й, за необхідності, отримати кваліфікацію тренера для подальшої самостійної роботи.

Щодо структури, посібник складається з одного навчального модуля, до якого входять п'ять сесій з детальним описом тренінгів, присвячених окремій тематиці відповідно до вищезазначеного змісту.

Перша сесія висвітлює питання, які спрямовані на надання учасникам теоретичних знань про ВІЛ/СНІД та допомагають розібратися з існуючими стереотипами й міфами щодо цього захворювання. Під час проведення другої сесії можна отримати необхідні знання і навички з питань волонтерства та їх підготовки до роботи. Третя сесія надає можливість ознайомитися з процесом підготовки учасників у якості тренерів та з особливостями організації тренінгу для тренерів. Четверта сесія спрямована на вивчення інноваційних методів та форм роботи з формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД. Участь у п'ятій сесії допоможе учасникам не тільки отримати інформацію, але й напрацювати практичні навички з питань організації та проведення інформаційно-просвітницьких кампаній з питань толерантності.

При підготовці сесій автори брали за основу наступне видання: Формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІДу: особливості підготовки волонтерів: метод. посіб. / Н.Гусак, Н.Дмитришина, Г.Довбах, І.Жарук, А.Зінченко, О.Матіяш, В.Назарук, О.Панфілова, Н.Романова. — К.: МБФ «Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні», 2011. — 127 с.

## СЛОВНИК ТЕРМІНІВ

**Антиретровірусна терапія (АРТ)** — метод терапії вірусу імунодефіциту людини, що полягає в прийомі трьох або чотирьох препаратів на противагу монотерапії (1 препарат), що застосовувалася раніше. Завдяки АРТ більшість ВІЛ-інфікованих може в даний час вести нормальний спосіб життя.

**Волонтер** — особа, яка досягла вісімнадцятирічного віку і здійснює волонтерську діяльність на добровільній та безоплатній основі (Закон України «Про волонтерську діяльність» 19.04.2011 № 3236-VI).

**Волонтерська діяльність** — добровільна, безкорислива, соціально спрямована, неприбуткова діяльність, що здійснюється волонтерами та волонтерськими організаціями шляхом надання волонтерської допомоги (Закон України «Про волонтерську діяльність» 19.04.2011 № 3236-VI).

**ВІЛ-інфіковані люди** — це особи, в організмі яких виявлено вірус імунодефіциту людини. До категорії ВІЛ-інфікованих належать як особи без клінічних проявів хвороби (носії ВІЛ), так і хворі на СНІД.

**Інформаційно-просвітницька кампанія (ІПК)** — це системний і послідовний вплив на громадську думку шляхом інформування, проведення тематичних акцій та заходів з питань, які хвилюють суспільство.

**Тренінг** — вид групової роботи з метою формування нових знань, умінь та практичних навичок, самопізнання та саморозвитку кожного із учасників занять.

**Тренер** — особа, яка несе відповідальність за навчання/тренінг волонтерів, зокрема керівник, менеджер або інший фахівець, який має необхідну підготовку у цій сфері.

**Толерантність** — це здатність однієї людини, без агресії та негативної критики, сприймати думку, поведінку та спосіб життя іншої людини, які відрізняються від її власних. Основу толерантності складає дотримання прав та свобод кожної людини, незалежно від віку, статусу, віросповідань тощо.

## **Зміст навчального модуля «Тренінги з підготовки волонтерів до роботи з формування толерантного ставлення щодо дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД»**

**Мета:** підготовка волонтерів до організації та проведення інформаційно-просвітницьких кампаній з формування толерантності у молодіжному середовищі за місцем навчання, проживання, відпочинку та дозвілля.

### **Завдання:**

1. Надати базові знання щодо ВІЛ/СНІД та пояснити важливість формування толерантного ставлення до ВІЛ-позитивних людей.
2. Надати необхідну інформацію з питань волонтерства та їх залучення й підготовки до практичної роботи.
3. Ознайомити учасників навчання з особливостями організації тренінгу для тренерів та процесом підготовки тренера.
4. Ознайомити учасників з найбільш поширеними інноваційними методами й формами роботи та з особливостями їх практичного застосування.
5. Сформувані практичні навички з організації та проведення інформаційно-просвітницьких кампаній з питань толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД, серед молоді за місцем навчання, проживання, відпочинку та дозвілля.

### **Цільова аудиторія:**

- фахівці соціальної сфери;
- державні чиновники, які працюють у сфері протидії ВІЛ/СНІД;
- представники освіти;
- батьки та близьке оточення дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД;
- підлітки та студентська молодь;
- представники громадських організацій.

**Кількість учасників однієї сесії:** до 20 осіб.

**Тривалість навчального модуля:** 5 сесій.

**Особливості проведення навчального модуля:** кожна із сесій може бути використана самостійно, без прив'язки до інших сесій, залежно від кваліфікації та рівня підготовки людей, яких залучатимуть до волонтерської роботи.

# Тематичний робочий план «Тренінги з підготовки волонтерів до роботи з формування толерантного ставлення щодо дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД»

## Сесія I. Тренінг «Шляхом толерантності до розуміння та взаємодії у суспільстві» (2 дні)

**Мета:** надати необхідну інформацію про ВІЛ/СНІД, роль антиретровірусної терапії та інші аспекти підтримки здоров'я ЛЖВ, а також про суть і причини стигматизації і шляхи боротьби зі стигмою. Учасники отримають можливість відстежити, яким чином стигма й дискримінація може вплинути на людей із ВІЛ/СНІД та їх діяльність, а також навчитися розробляти стратегії та отримати практичні навички для боротьби зі стигмою й дискримінацією у суспільстві.

### Завдання:

1. Надати теоретичні знання про ВІЛ-інфекцію, її особливі характеристики та принципи лікування у доступній для учасників формі.
2. Описати вплив стигматизації на формування суспільної думки щодо людей, які живуть з ВІЛ.
3. Навчити учасників розробляти комунікативні стратегії, направлені на боротьбу зі стигмою та дискримінацією.

## Сесія II. Тренінг «Хто такі волонтери та як їх готувати до роботи на час інформаційно-просвітницьких кампаній з толерантності» (3 дні)

**Мета:** надати необхідні знання та виробити практичні навички з підготовки волонтерів до роботи з формування толерантного ставлення щодо дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД.

Наведені вправи допоможуть розібратися з механізмом залучення та підготовки до роботи волонтерів різних категорій з числа молоді, спеціалістів, рідних та близького оточення дітей, які живуть з ВІЛ.

### Завдання:

1. Надати базову інформацію про людей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД, їх проблематику та шляхи вирішення.
2. Ознайомити учасників із різними категоріями волонтерів та з основними принципами волонтерства.
3. Надати необхідні знання щодо організації волонтерської діяльності з питань формування толерантності до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД.
4. Сформуванню вміння й навички щодо практичного впровадження моделі залучення волонтерів, залежно від місця роботи/навчання/проживання.

## Сесія III. Тренінг для тренерів «Особливості організації та проведення» (2 дні)

**Мета:** ознайомити учасників з особливостями організації тренінгу для тренерів та з процесом підготовки тренерів. Участь в даному модулі допоможе організаторам підготувати тренерів для роботи з волонтерами та отримати необхідні знання щодо розробки та прове-

дення тренінгу для тренерів. Надані різноманітні вправи допоможуть розширити «тренерський арсенал» для учасників, що вже мають досвід тренерської роботи.

#### **Завдання:**

1. Надати основну інформацію про технологію проведення тренінгу.
2. Ознайомити учасників з особливостями підготовки тренера.
3. Виробити основні критерії оцінки ефективності тренінгу.
4. Сформуванати навички самостійної організації тренінгу для тренерів.

### **Сесія IV. Тренінг «Вчимося формувати толерантність, або популярно про форми та методи інформаційно-просвітницької роботи» (3 дні)**

**Мета:** надати учасникам інформацію про інтерактивні форми та методи роботи.

Учасники матимуть змогу розширити свої знання щодо сучасних форм та методів роботи, які визначаються як найбільш ефективні для роботи з формування толерантності.

#### **Завдання:**

1. З'ясувати поінформованість учасників щодо інтерактивних форм та методів роботи та досвід їх застосування у практичній роботі.
2. Надати інформацію про основні види інтерактивних форм та методів роботи.
3. Відпрацювати навички застосування основних видів інтерактивних форм та методів роботи.
4. Визначити доцільність застосування різних форм та методів роботи залежно від цільової аудиторії, кількості учасників тощо.

### **Сесія V. Тренінг «Інформуємо! Активізуємо! Діємо!» (2 дні)**

**Мета:** надати інформацію та сформувати практичні навички з організації інформаційно-просвітницької кампанії з питань толерантності.

Учасники зможуть дізнатися про необхідні ресурси для проведення кампанії, роль інформації у профілактиці інфікування ВІЛ (інформаційна діяльність), соціальну рекламу (створення і розповсюдження) та види інформаційних матеріалів (якість підготовки, достовірність і цікавість інформації, наклад тощо).

#### **Завдання:**

1. Надати інформацію щодо особливостей підготовки та проведення ІПК з формування толерантності до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД.
2. Сформуванати практичні навички щодо планування та проведення ІПК (визначати стратегію, механізми реалізації, ставити ціль та виробляти завдання, проводити оцінку ефективності).
3. Ознайомити із організаційним механізмом пошуку партнерів та ресурсів на проведення ІПК.
4. Відпрацювати навички зі створення інформаційних матеріалів та зразків соціальної реклами.





## Сесія I

# Тренінг «Шляхом толерантності до розуміння та взаємодії у суспільстві»

(автор — Ольга Панфілова)

## Порядок проведення

### Тема 1. Початок роботи, представлення теми, мети, завдань

**Мета:** надати необхідну інформацію щодо тематики тренінгу та вирішити організаційні питання щодо порядку роботи протягом сесії.

### Тема 2. Популярно про ВІЛ/СНІД

**Мета:** надати необхідну інформацію про імунну систему та ВІЛ, життєвий цикл ВІЛ та СНІД; розказати про аспекти підтримки здоров'я ВІЛ-позитивної людини та роль антиретровірусної терапії.

Учасники зможуть отримати чітке розуміння біологічних аспектів вірусу та шляхи його передачі. Можливо, найважливішою діяльністю волонтерів стане пояснення або коригування інформації про вірус. Неправильна або неточна інформація є головною причиною соціальної зневаги та дискримінації, що сприяє розповсюдженню вірусу.

#### Завдання:

1. Надати теоретичні знання про ВІЛ-інфекцію та її особливі характеристики у доступній для учасників формі.
2. Розглянути інформацію про вплив ВІЛ на імунну систему людини.
3. Описати життєвий цикл ВІЛ та пояснити, яким чином ВІЛ-позитивна людина може відстрочити захворювання на СНІД.
4. Пояснити роль та значення антиретровірусних засобів під час лікування ВІЛ.

### Тема 3. Шляхом толерантності до розуміння та взаємодії в суспільстві

**Мета:** надати необхідну інформацію про причини, форми стигматизації та шляхи боротьби зі стигмою.

Стигматизація та дискримінація людей, що живуть з ВІЛ/СНІД, (ЛЖВ) – головні проблеми, які необхідно розглянути під час проведення тренінгу з підготовки волонтерів.

Наведені вправи допоможуть усвідомити, який вплив здійснюють стигма та дискримінація на ЛЖВ, їхні сім'ї, дітей та суспільство.

Учасники отримають можливість відстежити, яким чином стигма й дискримінація може вплинути на людей із ВІЛ/СНІД та їх діяльність, а також навчатися розробляти стратегії і отримують практичні навички для боротьби зі стигмою та дискримінацією у суспільстві.

#### Завдання:

1. Надати інформацію про вплив стигми та дискримінації на почуття людини, яка живе з ВІЛ.
2. Описати вплив стигматизації на формування суспільної думки щодо людей, які живуть з ВІЛ.
3. Навчити учасників розробляти комунікативні стратегії, направлені на боротьбу зі стигмою та дискримінацією.

## Робочий план

### Перший день

Час проведення	Теми занять
10:00–10:30	Тема 1. Початок роботи, представлення теми, мети, завдань. 1.1. Привітання учасників. Організаційні питання. 1.2. Представлення назви тренінгу, мети, завдань. 1.3. Особливості тренінгу як інтерактивної форми навчання. 1.4. Знайомство з учасниками. 1.5. Правила тренінгу. 1.6. Очікування.
10:30–11:30	Тема 2. Популярно про ВІЛ/СНІД. 2.1. Популярно про ВІЛ/СНІД. Презентація мети та завдань. 2.2. Актуалізація теми. Особливості ВІЛ/СНІД.
<b>11:30–12:00</b>	<b>Перерва на чай/каву</b>
12:00–12:30	2.3. Імунна система та ВІЛ.
12:30–13:00	2.4. Життєвий цикл ВІЛ.
<b>13:00–14:00</b>	<b>Обід</b>
14:00–14:30	2.4. Життєвий цикл ВІЛ (продовження). Стадії ВІЛ/СНІД
14:30–15:00	2.4. Життєвий цикл ВІЛ (продовження). Вправа «Аналогія з потягом»
15:00–15:30	2.5. Підтримка стану здоров'я людей, які живуть з ВІЛ
15:30–16:00	2.6. Антиретровірусна терапія
<b>16:00–16:30</b>	<b>Перерва на чай/каву</b>
16:30–17:00	Тема 3. Шляхом толерантності до розуміння та взаємодії в суспільстві. 3.1. Презентація мети та завдань теми
17:00–17:30	3.2. Прояви стигматизації. 3.3. Наслідки стигми, пов'язаної з ВІЛ. Вправа «Коріння-листя». 3.4. Визначення понять «стигма» та «дискримінація». 3.5. Зміст та визначення понять «толерантне ставлення».
17:30–18:00	Підсумок дня

### Другий день

Час проведення	Теми занять
10:00–10:30	Повторення змісту занять попереднього дня.
10:30–11:00	3.6. Причина та форми стигматизації.
<b>11:00–11:15</b>	<b>Перерва на чай/каву</b>
11:15–11:45	Причина та форми стигматизації (продовження).
11:45–12:30	3.7. Рекомендації щодо шляхів боротьби зі стигмою та дискримінацією.
12:30–13:00	3.8. Підведення підсумків тренінгу (вихідне анкетування).

## Тема 1. Початок роботи, представлення теми, мети, завдань (30 хв.)

### Завдання тренера:

- Надати учасникам інформацію про мету та задачі тренінгу.
- Ознайомити учасників зі специфікою тренінгової форми навчання.
- Оцінити рівень поінформованості учасників та визначити їх очікування.

### 1.1. Привітання учасників. Організаційні питання

**Інформація для тренера.** Тренер вітає учасників, представляється.

### 1.2. Представлення назви тренінгу, мети, завдань

**Метод:** презентація (залежно від технічних умов може подаватися в електронному або у паперовому вигляді).

**Матеріали:** аркуш А1 із завчасно (ще до початку заняття) записаними назвою тренінгу, метою та завданнями; маркери.

**Обладнання:** фліпчарт.

**Інформація для тренера.** Надаємо приклад другого варіанту презентації, коли записи виконуються на аркуші (формат А1) та демонструються на фліпчарті.

#### Презентація

#### Сесія І. Тренінг «Шляхом толерантності до розуміння та взаємодії у суспільстві»

**Мета:** надати необхідну інформацію про ВІЛ/СНІД для чіткого розуміння біологічних аспектів вірусу та шляхів його передачі, а також сформувати необхідні навички для боротьби зі стигмою та дискримінацією у суспільстві.

#### Завдання:

1. Надати базову інформацію про ВІЛ/СНІД та пояснити роль антиретровірусних засобів під час лікування ВІЛ-інфекції.
2. Вивчити причини, форми стигматизації та шляхи боротьби зі стигмою й дискримінацією.
3. Розглянути можливі стратегії, спрямовані на боротьбу зі стигмою та дискримінацією.
4. Сформувати практичні навички для боротьби зі стигмою й дискримінацією у суспільстві до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД.

**Інформація для тренера.** Опираючись на презентацію, тренер розповідає про мету та завдання тренінгу.

### 1.3. Особливості тренінгу як інтерактивної форми навчання

**Метод:** міні-лекція.

**Інформація для тренера.** На тренінгу можуть бути присутні учасники, які не мають досвіду участі у тренінгу. Тому під час знайомства або попереднього анкетування було б бажано дізнатись — чи учасники приймали участь у інтерактивному навчанні. Це допоможе тренеру зорієнтуватись — наскільки розгорнуту інформацію потрібно надавати про особливості перебігу тренінгу (мозковий штурм, робота в малих групах, рольові ігри тощо) перед початком тренінгу.

### 1.4. Знайомство з учасниками. Вправа «Візитка»

**Метод:** робота в парах, групове обговорення.

**Матеріали:** бейджики, маркери, підготовлений аркуш паперу А1 із запитаннями для знайомства, кольорові олівці.

**Обладнання:** фліпчарт.

**Інформація для тренера.** Цей блок важливий для створення дружньої, довірливої атмосфери як важливої складової будь-якого інтерактивного навчання. Тому знайомство рекомендується почати в парах, а потім продовжити в групі. Тренер, для виконання цього завдання, пропонує учасникам об'єднатися в пари таким чином, щоб вони були між собою не знайомі, або малознайомі.

#### Завдання для роботи в парі

1. За дві хвилини необхідно отримати у партнера наступну інформацію (на завчасно підготовленому аркуші А1):

Ім'я _____
Місце роботи _____
Посада _____
Дві важливі події за останні три місяці:
1) _____
2) _____

2. Оформити «Візитку» колеги, промальовуючи відповіді на запитання на папері (можна видати учасникам різні наклейки, стікери, щоб вони мали змогу оформити її художньо).

3. Через 4 хвилини партнери представляють групі один одного.

4. Коли всі учасники представляться, тренер роздає бейджики і маркери та пропонує учасникам написати своє ім'я.

## 1.5. Правила тренінгу

**Метод:** мозковий штурм, групове обговорення.

**Матеріали:** маркери.

**Обладнання:** фліпчарт.

**Завдання:** тренер пропонує учасникам сформулювати правила роботи в групі, які записує на фліпчарті. Фліпчарт з правилами вивішується тренером на видному місці в залі, де проводиться тренінг. Приклади найбільш поширених правил роботи:

- конфіденційність
- взаємоповага
- активність
- говорити від себе
- без критики
- пунктуальність

**Інформація для тренера.** Тренер записує озвучені учасниками правила та після кожного із запропонованих запитує, чи приймається правило усіма учасниками.

## 1.6. Очікування

**Метод:** індивідуальна робота, презентація.

**Матеріали:** аркуш А1 з намальованими хмарками та «кораблем очікувань» (з трьома вітрилами та завданнями на кожному вітрилі та хмарках), стікери.

**Обладнання:** фліпчарт.

**Завдання для роботи в групі:**

1. Тренер роздає по чотири стікери різних кольорів на кожного учасника (може бути й менше кольорів, залежить від ресурсів організації).
2. Пропонує учасникам написати окремо, на кожному стікері, свої очікування від тренінгу, конкретизуючи — «очікування від себе...», «від тренерів...», «від усієї групи...» та про те, що може завадити здійсненню очікувань.
3. Тренер пропонує наклеїти стікери на підписані заздалегідь вітрила «кораблика очікувань» та хмарки, презентувати і, за необхідності, пояснити, чому вони їх приклеїли на вітрилах чи хмаринках.

**Інформація для тренера.** Тренер оголошує учасникам, що при підведенні підсумків тренінгу група повернеться до своїх очікувань, щоб визначити, які з них «збулись», а які — «ні», та матиме змогу обговорити причини чи проблеми, які виникали в ході роботи та заважали реалізувати всі очікування.

## Тема 2. Популярно про ВІЛ/СНІД (4 години)

### Завдання тренера:

- Надати учасникам інформацію про мету та завдання даної теми.
- Визначити рівень поінформованості учасників щодо ВІЛ/СНІД.
- Висвітлити епідеміологічну ситуацію щодо ВІЛ/СНІД у світі та Україні.
- Описати вірус та визначити особливі характеристики ВІЛ.
- Пояснити, яким чином ВІЛ може впливати на імунну систему людини.
- Описати життєвий цикл ВІЛ.
- Визначити, яким чином ВІЛ-позитивна людина може відстрочити захворювання на СНІД.
- Пояснити роль антиретровірусних препаратів та важливість їх вживання.

### 2.1. Популярно про ВІЛ/СНІД. Презентація мети та завдань (30 хвилин)

**Метод:** презентація.

**Інформація для тренера.** Опираючись на презентацію, тренер розповідає про мету і завдання даної теми, про важливість оволодіння інформацією, що описує епідемічну ситуацію щодо ВІЛ/СНІД у світі та Україні і біологічні аспекти ВІЛ та СНІД.

#### Презентація

**Глобальні оцінки епідемії ВІЛ/СНІД**  
(інформація стосується загальної кількості населення, взятого у всіх країнах світу)  
Грудень 2009 р. (UNAIDS)

КІЛЬКІСТЬ ЛЮДЕЙ, ЯКІ ЖИВУТЬ З ВІЛ/СНІД У СВІТІ, СТАНОМ НА 2008 р.

**Загалом 33,4 млн**

Дорослих 31,3 млн ( у т.ч. жінок 15,7 млн)

Дітей (до 15 років) 2,1 млн

КІЛЬКІСТЬ НОВИХ ВИПАДКІВ ІНФІКУВАННЯ ВІЛ У 2008 р.

**Загалом 2,7 млн**

Дорослих 2,3 млн

Дітей (до 15 років) 430 тис.

КІЛЬКІСТЬ СМЕРТЕЙ ВІД СНІД У 2008 р.

**Загалом 2,0 млн**

Дорослих 1,7 млн

Дітей (до 15 років) 280 тис.



## Розвиток епідемії ВІЛ-інфекції в Україні (за даними Українського центру профілактики та боротьби зі СНІДом МОЗ України)

Перші випадки ВІЛ-інфекції серед громадян України було зареєстровано у 1987 р. серед статевих партнерів ВІЛ-інфікованих іноземців.

### У розвитку епідемії в Україні визначають 3 етапи:

*I етап: 1987–1994 рр.*

- темп розвитку — повільний
- основні джерела інфікування — громадяни інших країн
- основні уражені групи — ЧСЧ (чоловіки, які мають секс із чоловіками) та ЖСБ (жінки секс-бізнесу)
- основний шлях інфікування — статевий

*II етап: 1995–1998 рр.*

- темп розвитку — епідемічний «спалах»
- основні джерела інфікування — СІН (споживачі ін'єкційних наркотиків) та їхні партнери
- основний шлях передачі — парентеральний

*III етап: 1999 р. — до сьогодні*

- відзначається тенденція виходу ВІЛ-інфекції за рамки груп ризику
- парентеральний шлях передачі переважає, причому зростає статевий шлях передачі ВІЛ-інфекції

*У 2001 році випадки ВІЛ-інфекції реєстрували вже у всіх областях України*

Занепокоєним підсумком, з 1987 р. в Україні на 1 січня 2010 р. офіційно зареєстровано 161 119 ВІЛ-інфікованих громадян України, у т.ч. 31 241 хворих на СНІД. Під диспансерним наглядом перебувало 8 640 дітей, народжених ВІЛ-інфікованими жінками, з них 2 418 дітей зі встановленим діагнозом «ВІЛ-інфекція» та 6 222 — з діагнозом «ВІЛ-інфекція» у стадії підтвердження. На думку експертів ЮНЕЙДС, ці цифри значно занижують фактичний масштаб епідемії, оскільки відображають кількість випадків інфекції лише серед осіб, які встановили безпосередній контакт з органами та закладами, що проводять тестування на ВІЛ.

Водночас, завдяки реалізації комплексу заходів, спрямованих на призупинення ВІЛ-інфекції, зокрема серед споживачів ін'єкційних наркотиків (СІН), темпи приросту захворюваності на ВІЛ, починаючи з 2006 року, помітно знижуються. Так, якщо в 2006 році, порівняно з попереднім 2005 роком, показник захворюваності на ВІЛ-інфекцію в цілому по країні збільшився на 16,8%, то в 2010 році, порівняно з 2009 роком, цей показник становив лише 3,3%<sup>2</sup>.

### Презентація «Популярно про ВІЛ/СНІД»

**Мета:** підвищення рівня теоретичних знань представників освіти (вчителів, викладачів), психологів, соціальних працівників, соціальних педагогів, батьків/близького оточення дітей з ВІЛ/СНІД та волонтерів з питань біологічних аспектів: ВІЛ та СНІД, шляхом отримання інформації про біологічні аспекти, включаючи процеси, які відбуваються на клітинному рівні, та фактори, які впливають на прогресування вірусу.

**Завдання** (навчити учасників):

1. Описати вірус та визначати особливі характеристики ВІЛ.
2. Вміти пояснити, яким чином ВІЛ впливає на імунну систему людини.
3. Описати життєвий цикл ВІЛ.
4. Вміти пояснити, яким чином ВІЛ-позитивна людина може відстрочити захворювання на СНІД.
5. Знати про важливість та роль антиретровірусних препаратів у житті ВІЛ-позитивної людини.

<sup>2</sup> ВІЛ-інфекція в Україні / Інформаційний бюлетень № 35/ 2011 р.

## 2.2. Актуалізація теми. Особливості ВІЛ/СНІД (30 хвилин)

**Метод:** індивідуальна робота, міні-лекція, підсумки тренера.

**Матеріали:** аркуш А1 з намальованою ялинкою, кольоровий папір А4 на кожного учасника, маркери.

**Обладнання:** фліпчарт.

**Завдання:** тренер інструктує учасників — «Напишіть, будь ласка, на аркушах паперу свої асоціації щодо ВІЛ/СНІД, чим відрізняється ВІЛ та СНІД, шляхи передачі ВІЛ презентуйте групі та наклейте на зображення ялинки».

***Інформація для тренера.** Тренер відзначає основні асоціації, відмінності ВІЛ/СНІД, шляхи передачі ВІЛ. Підводить підсумки.*

## 2.3. Імунна система та ВІЛ (30 хвилин)

**Метод:** презентація, робота в групах.

**Матеріали:** аркуш А1 з визначенням ВІЛ: Вірус імунodefіциту людини.

**Обладнання:** фліпчарт.

***Інформація для тренера.** Тренер надає визначення ВІЛ.*

### Презентація

#### Визначення ВІЛ

**Вірус** — вірусне походження хвороби

**Імунodefіцит** — вірус вражає імунну систему

**Людина** — на цю хворобу хворіють тільки люди

**Завдання:** тренер запитує учасників, що таке імунна система, вислуховує відповіді та підводить підсумки.

#### Висновок:

- Імунна система — засіб боротьби нашого тіла з інфекційною хворобою.
- Деякі основні факти про імунну систему (попри її складність) дають можливість для кращого розуміння ВІЛ.
- Вищезазначене допоможе зрозуміти, що ми можемо зробити для запобігання інфікування, та як можна призупинити прогресування вірусу, якщо людина вже інфікована.

#### Продовження попередньої вправи

**Метод:** робота в групах, презентація.

**Матеріали:** маркери, листки ватману.

**Обладнання:** фліпчарт.

**Інформація для тренера.** Об'єднайте учасників у 4 групи. Запропонуйте учасникам розраховуватися за числами 1,2,3,4. Коли кожний учасник назве число, необхідно вказати місце в залі, де збираються команди під номером 1,2,3,4. Поясніть, що завданням кожної команди буде ілюстрація роботи імунної системи. Роздайте командам ватман і маркери. Поясніть, що ви розповісте про деякі досить важливі особливості клітини нашого тіла, а учасники повинні будуть спробувати проілюструвати ваші пояснення.

Заохочуйте учасників використовувати асоціації, зображаючи те, як працює імунна система, оскільки це допоможе їм краще запам'ятати інформацію. Розкажіть про клітини і про те, яким чином на них впливає ВІЛ, використавши презентацію.

Попросіть учасників презентувати свої малюнки. Нехай один з учасників, від кожної групи, використовуючи малюнки, ще раз перекаже вищезгадану інформацію про імунну систему. Час на виконання даної вправи — 30 хв.

## Презентація

### Базова інформація, яка пояснює, яким чином ВІЛ поступово послаблює імунну систему людини та руйнує її

- Кожна клітина організму людини на своїй поверхні має рецептори, котрі забезпечують взаємодію клітини з навколишнім середовищем та між собою.
- Протеїн (білок), що утворюється поза нашим організмом, називається антигеном. Можна налічити більше мільйона антигенів, більшість з яких нешкідливі для людини. Антиген, який спричиняє хвороби, називають патогеном.
- Щодня, щосекунди наш організм піддається впливу патогенів: починаючи від бактерій і закінчуючи вірусами у повітрі, яким ми дихаємо, в їжі, яку ми споживаємо, у воді, яку п'ємо, навіть на кожній поверхні, якої ми торкаємося.
- Наша імунна система допомагає нам залишатися здоровими та боротися з чисельними патогенами.
- У крові людини знаходяться як червоні, так і білі кров'яні клітини: червоні кров'яні клітини переносять кисень від легенів до інших частин тіла, а білі — відповідають за захисну реакцію імунної системи людини.
- Білі клітини, лімфоцити, борються з інфекцією, «нападаючи» на шкідливі патогени, які потрапляють до нашої кров'яної системи.
- Існує два головних типи лімфоцитів — В-клітини та Т-клітини.
- В-клітини виробляють антитіла проти певних патогенів, вони так звані «робочі бджоли» імунної системи.
- Т-клітини постійно циркулюють по тілу, виявляючи патогени та вирішуючи, чи знешкодити їх, чи залишити.
- Т-клітини «відповідають» за захисну реакцію імунної системи — при виявленні патогену, Т-клітини активують захисну реакцію імунної системи, надсилаючи команди В-клітинам виробити антитіла проти патогену. Різновидом Т-клітин є клітини Т4 (також відома як клітина CD4, Т-хелпер (з англ. помічник)). Клітини Т4 направляють імунну систему проти інфекції.

## 2.4. Життєвий цикл ВІЛ (90 хвилин)

**Метод:** міні-лекція.

**Матеріали:** матеріал на тему «Життєвий цикл вірусу ВІЛ» (Додаток 1.1).

**Інформація для тренера.** Запропонуйте учасникам звернути увагу на ілюстрацію (Додаток 1.1) та поміркувати, що трапляється одразу після того, як ВІЛ потрапляє до організму. Роздайте інформаційний матеріал на тему «Життєвий цикл вірусу ВІЛ» (цей матеріал надано в додатках до сесії). Ознайомте з ними учасників. Після цього поставте декілька запитань, щоб переконатися, що всі учасники вас зрозуміли.

### Презентація

#### Життєвий цикл вірусу ВІЛ

ВІЛ потрапляє в організм разом із зараженою фізіологічною рідиною: кров'ю, спермою, грудним молоком, вагінальною секрецією. Коли ВІЛ потрапляє в організм, він входить в клітину Т4 через спеціальний рецептор на поверхні клітини. Потім вірус потрапляє у ядро клітини, де знаходяться ДНК (гени). Він використовує фермент, повністю змінює транскриптазу, щоб виробити ДНК аналогічну його РНК, яка стає частиною людської клітини. Таким чином, він переймає внутрішні механізми клітини й використовує її як «фабрику» для вироблення більшої кількості собі подібних копій. Коли це трапляється, клітина Т4 більше не здатна функціонувати та керувати імунною системою.

ВІЛ може залишатися незмінним у клітині, або ж може відтворювати тисячі копій всередині однієї клітини щодня. На цій стадії відбуваються мутації. Копії починають інфікувати інші Т4-клітин. Віруси ВІЛ, розмножуючись, знищують клітини Т4, тому імунна система більше не може протистояти патогенам. У ВІЛ-інфікованих людей зниження кількості Т4-клітин послаблює імунну систему і, таким чином, знижує захисні властивості організму. Оскільки імунна система послаблюється, патогени, які зазвичай легко нейтралізуються клітинами Т4, можуть тепер спричинити виникнення серйозних інфекцій, також відомих як «умовно-патогенні інфекції».

Отже, ВІЛ — ретровірус, це означає, що йому потрібен додатковий етап для розмноження в клітині Т4. Під час цього додаткового етапу трапляються «помилки», отже мутація є природним процесом розмноження ВІЛ.

### Продовження попередньої вправи

**Метод:** міні-лекція, робота в групах, презентація.

**Матеріали:** матеріал на тему «Стадії ВІЛ/СНІД».

**Обладнання:** фліпчарт.

**Інформація для тренера.** Коротко поясніть стадії інфекції ВІЛ, звертаючи увагу на те, що:

- протікання ВІЛ у кожної людини відбувається по-різному;
- визначають 4 стадії розвитку хвороби СНІД.

Об'єднайте учасників у 4 групи. Запропонуйте учасникам розрахуватися за числами 1,2,3,4,5. Коли кожний учасник назве число, необхідно вказати місце в залі, де збираються команди під номером 1,2,3,4,5. Видайте кожній команді характеристики кожної зі стадій ВІЛ/СНІД, які були написані на окремих аркушах паперу А4, але без назви стадії. Поясніть,

що протягом 10 хвилин кожна команда має визначити, для якої стадії ВІЛ характерні симптоми, описані у завданні, яке вони отримали від тренера.

По закінченні вправи перевірте завдання разом з усією групою, виправляючи, за необхідності, помилки.

## Завдання для роботи в командах

### Стадії ВІЛ/СНІД

#### I. Гостра інфекція (2–8 тижні):

- Одразу після інфікування клітини Т4 починають боротися з ВІЛ, мобілізуючи імунну реакцію організму.
- Поки імунна система не виробить необхідну кількість антитіл, які виявляються внаслідок аналізу крові, тест на ВІЛ буде негативним. Період, коли людина вже інфікована, але аналіз залишається негативним, називається періодом «вікна». Зазвичай цей період триває 1–3 місяці, але може бути і довшим.
- Більшість людей мають подібні до грипу симптоми протягом 1–2 тижнів (подрознення горла, головний біль, нежить), висип на шкірі, чутливі лімфовузли; проте антитіл у крові ще не достатньо для виявлення вірусу. Як тільки буде вироблена необхідна кількість антитіл, тест виявить вірус у крові.
- Протягом цієї стадії ВІЛ розмножується дуже швидко, поширюючись у багатьох органах, особливо лімфатичних тканинах, де вірус може накопичуватися.
- Коли клітини Т4 інфікуються та починають розмножуватись, «вірусне навантаження» у крові різко зростає.
- Людина у стадії гострої інфекції особливо небезпечна як джерело поширення інфекції.

#### II. Асимптоматична стадія ВІЛ (для дорослих 6–11 років, або більше з лікуванням):

- Немає ніяких ознак ВІЛ.
- У цей час ВІЛ продовжує розмножуватися.
- Людина з ВІЛ на цій стадії (як на усіх інших) може заразити іншу людину через контакт з рідиною організму, хоча здатність інфікувати інших менш висока.
- Організм продовжує виробляти нові клітини Т4 та антитіла до вірусу. Це ознака того, що імунна система бореться з вірусом.
- Вміст РНК ВІЛ крові вважається більш надійним індикатором прогресування ВІЛ, ніж кількість клітин Т4 у крові, але обидва показники важливі для здійснення контролю над розповсюдженням ВІЛ.

#### III. Симптоматична стадія ВІЛ (місяці або роки):

- Кількість клітин Т4 в організмі різко знижується від норми до приблизно 400/мкл крові.
- Рівень РНК ВІЛ у крові зростає.

#### IV. СНІД: відкрита форма ВІЛ

- Кількість клітин Т4 у крові нижче 200/мкл.
- ВІЛ перейшов у СНІД, коли імунна система ослабла до такої міри, що не може боротися з елементарними хворобами, яким може протистояти здорова людина. В цей час людина починає хворіти на умовно-патогенні інфекційні захворювання. Перелік умовно-патогенних інфекційних хвороб залежить також від регіону. До списку цих хвороб відносяться туберкульоз, пневмонія, менінгіт, ракові захворювання, такі як лімфоми Ходжкінса та саркома Капоши.
- За даними Всесвітньої Організації Здоров'я туберкульоз є провідною причиною смерті людей, інфікованих ВІЛ в усьому світі.
- Клітини Т4 більше не відтворюються.
- СНІД не означає негайну смерть. Люди нездужають та одужують від різних хвороб.
- Як на всіх інших стадіях, людина може інфікувати інших людей.
- Цей період характеризується втратою ваги тіла, схудненням.
- Наступає смерть.

#### Продовження попередньої вправи

**Метод:** міні-лекція.

**Матеріали:** матеріал на тему «Аналогія з потягом» (Додаток 1.2).

**Інформація для тренера.** Проведіть аналогію переходу інфекції ВІЛ в хворобу СНІД на прикладі з потягом. При поясненні використовуйте матеріал на тему «Аналогія з потягом» з клейкою стрічкою зі зворотного боку для ілюстрації. Цей матеріал надано в додатках до сесії.

#### Інструкція до вправи з потягом

Уявіть, що наше здоров'я схоже на потяг, що рухається по колії. Після зараження людини ВІЛ, потяг переключається на іншу, коротшу колію. Остання зупинка на цій колії — «СНІД». Дві речі вказують на те, як швидко людина прибудете на цю зупинку.

Кількість Т-клітин, які борються з інфекцією, говорять про те, скільки ще залишилось проїхати, перш ніж організм людини досягне кінцевої зупинки — захворювання на СНІД. Отже, чим менша їх кількість, тим ближче людина до СНІД. Швидкість потягу задається рівнем інфікованості людського організму.

Чим вищий цей рівень, тим швидше рухається потяг і тим скоріше можна захворіти на СНІД. Коли людина «прибуває» на станцію «СНІД», непоборна інфекція, яку можна порівняти із недоброзичливими пасажирами, займає місце у цьому «вагоні».

Відповідні ліки допоможуть позбутися декількох або усіх цих пасажирів і продовжити по-дорож. Якщо ж людина своєчасно не почала приймати ліки, то інфекція продовжуватиме послаблювати її організм, аж поки людина вже буде не в змозі боротися з хворобою.



## 2.5. Підтримка стану здоров'я людей, які живуть з ВІЛ (30 хв.)

**Метод:** обговорення в групі.

**Матеріали:** м'яч.

**Інформація для тренера.** Тривалість періоду трансформації ВІЛ у СНІД може значно змінюватися. У середньому СНІД розвивається через 8–10 років після інфікування ВІЛ, але залежно від поведінки цей період може значно скоротитися.

Поясніть, що передаючи м'яч, людина, яка його отримає, має щось запропонувати для збереження фізичного, емоційного та духовного стану здоров'я ВІЛ-інфікованої людини.

### Приклади відповідей

- Вживати корисну для здоров'я їжу.
- Достатньо відпочивати.
- Утримуватися від тютюнопаління або вживання марихуани чи інших наркотиків (які послаблюють імунну систему).
- Утримуватися від вживання алкоголю.
- Уникати повторного інфікування ВІЛ через неправильну поведінку (ре-інфікування збільшує вірусне навантаження).
- Проводити більше часу з друзями та сім'єю.
- Вживати вітаміни щодня (зверніть увагу, що інфекції вимагають більше поживних речовин).
- Уникати захворювань на застуду. Коли людина занедужує, Т-клітини активізуються, ініціюючи початок роботи імунної системи. Оскільки Т-клітини об'єднуються для боротьби з інфекцією, місця, де «збираються» Т-клітини, ризикують бути уражені ВІЛ.

## 2.6. Антиретровірусна терапія (30 хв.)

**Метод:** міні-лекція.

**Матеріали:** матеріали на тему «Призупинення розмноження ВІЛ: як працює АРВ» (Додаток 1.3).

**Інформація для тренера.** Запитайте учасників, чи знають вони когось, хто проходить антиретровірусну терапію (АРТ)? Що вони знають про АРТ? Роздайте інформаційні матеріали на тему «Призупинення розмноження клітин ВІЛ: принципи дії АРТ». (Цей матеріал надано в додатках сесії). Використайте інформацію про АРТ, яка знаходиться нижче, для пояснення основних етапів, на яких можна зупинити прогресування ВІЛ.



## Інформація про антиретровірусну терапію (АРТ)

Головна мета АРТ полягає у сповільненні розмноження клітин ВІЛ.

Застосована належним чином АРТ значно подовжує життя людей із ВІЛ (ЛЖВ) та дозволяє їм жити нормальним та продуктивним життям.

- Вплив ВІЛ збільшується на стадії його розмноження та інфікування більшої кількості клітин організму. Мета антиретровірусних ліків полягає у втручанні в цей процес.
- ВІЛ використовує фермент (зворотню транскриптазу), щоб змінити його РНК на ДНК. Цей процес може бути призупинений завдяки дії необхідного ферменту.
- Вірусвикористовує інший фермент (протеазу — травний фермент, що використовується для створення нових вірусних частинок), для перенесення свого генетичного матеріалу в клітину. Цей процес можна призупинити.
- Поширення нещодавно сформованого вірусу з інфікованих клітин носія можна зупинити завдяки застосуванню АРТ.

**Інформація для тренера.** Серед лікарів існує безліч думок щодо часу початку застосування АРТ. Деякі лікарі та дослідники переконані, що терапію необхідно починати якомога раніше, а інші схиляються до думки, що терапію необхідно призначати тільки в крайньому випадку, у разі погіршення стану здоров'я.

## Поради лікарів

- Тривалість: комбіноване лікування часто передбачає приймання великої кількості ліків на день відповідно до чітко встановленого графіку. Найчастіше ліки необхідно приймати на голодний шлунок, що часто спричиняє серйозні подразнення.
- Суворе дотримання графіку прийому ліків: доведено, що простота графіку вживання ліків у великій мірі сприяє його дотриманню. Дотримання ж графіку АРВ-терапії означає прийом всіх призначених ліків у визначений час, не можна пропускати жодної дози. Якщо ви пропускаєте прийом хоча б однієї дози, ВІЛ може виробити резистентність<sup>3</sup> до даної терапії. Це може створити більшу проблему, ніж початковий різновид інфекції, оскільки ВІЛ стане резистентним в організмі носія, а також і в організмі іншої людини, якщо відбудеться інфікування. Іншими словами, за таких умов може створитися вірус резистентний до всіх видів терапії відомих на сьогоднішній день.
- Побічні ефекти: іноді лікування здається гіршим за хворобу, особливо коли лікування починається перед тим, як виникають симптоми. Деякі з побічних ефектів — це жировий перерозподіл, втрата волосся, втрата щільності мінералів кісток, високий рівень холестерину, пов'язаний з коронарною хворобою артерій, захворювання печінки, серйозні шлунково-кишкові подразнення та діабет — і це далеко не повний перелік можливих ускладнень зі здоров'ям.

**Інформація для тренера.** Нагадайте учасникам, що стигма та дискримінація перешкоджають людям дізнаватися про свій ВІЛ-статус, усвідомлювати та змінювати небезпечну для здоров'я поведінку, вживати заходів для ведення здорового продуктивного життя (включаючи запобігання передачі вірусу іншим людям), якщо виявиться, що вони ВІЛ-інфіковані.

У більшості випадків стигма та дискримінація виникають внаслідок неправильного або неадекватного розуміння біологічних аспектів ВІЛ. Волонтери можуть значно вплинути на ситуацію шляхом поширення правдивої та зрозумілої для людей інформації.

<sup>3</sup> Вірус може виробити стійкість до певного препарату, якщо він приймається нерегулярно або в недостатніх дозах. Таку стійкість прийнято називати резистентністю.

## Тема 3. Шляхом толерантності до розуміння та взаємодії в суспільстві (165 хв.)

### Завдання тренера (навчити учасників):

- Визначати, яким чином стигма та дискримінація впливає на почуття людини.
- Описати вплив стигматизації на суспільство.
- Описати різні стратегії, направлені на боротьбу зі стигмою та дискримінацією.

### 3.1. Представлення мети та завдань теми (30 хв.)

**Метод:** презентація.

**Матеріали:** аркуш А1 із завчасно записаними назвою тренінгу, метою та завданнями.

**Обладнання:** фліпчарт.

**Інформація для тренера.** Спираючись на письмову презентацію, тренер розповідає про мету і завдання теми.

#### Презентація

**Мета:** допомогти учасникам тренінгу усвідомити роль стигми (почуття) та дискримінації (дії) — двох основних перешкод на шляху профілактики ВІЛ, лікування, догляду та підтримки.

#### Завдання:

1. Визначати, яким чином стигма та дискримінація впливає на почуття людини.
2. Описати вплив стигматизації на суспільство (причини, форми стигматизації та дискримінації).
3. Описати різні стратегії, направлені на боротьбу зі стигмою та дискримінацією (шляхи боротьби зі стигмою та дискримінацією).

### 3.2. Прояви стигматизації (10 хв.)

**Метод:** рольова гра.

**Матеріали:** кольорові стікери, булавки.

**Інформація для тренера.** Поясніть учасникам, що зараз вони візьмуть участь у грі, яка допоможе їм краще зрозуміти означену тему. Попросіть учасників вишикуватись в шеренгу спиною до Вас. Прикріпіть на спині кожного учасника по кольоровому стікеру, і тільки один стікер має бути білим, так звана «біла мітка» на спині одного учасника.

Після цього поясніть правила гри: протягом 5 хвилин учасники мають об'єднатись у групи за якоюсь ознакою. Ставити питання або розмовляти під час гри забороняється. Зазвичай групи розподіляються за кольором стікера прикріпленого до спини, залишаючи людину з «білою міткою» на самоті.

Якщо в Вашій групі розподіл здійсниться саме таким чином, зауважте, що Ви не давали інструкцій розподілятися саме за таким принципом. Тож, чому вони обрали саме цей шлях об'єднання? Як вони почували себе, приєднавшись до групи? Що відчувала людина з «білою міткою»?

Увага! Іноді, учасники жаліють людину з «білою міткою», залишену на самоті, та запрошують її до себе у групу. Намагайтеся використовувати перелічені групою почуття для пояснення причин стигматизації людини за якоюсь ознакою чи атрибутом, в контексті нашого заняття — ВІЛ-інфекції, наголошуючи, що ця ознака може стати вирішальною і призвести до ситуацій, коли від людини відмовляється сім'я, суспільство та організація, де вона працює.

### 3.3. Наслідки стигми, пов'язаної з ВІЛ. Вправа «Коріння-листя» (10 хв.)

**Метод:** рольова гра, презентація, дискусія.

**Матеріал:** стікери.

**Обладнання:** фліпчарт.

**Інформація для тренера.** Для виконання вправи «Коріння-листя» з учасників формують дві групи. Одна група отримує завдання виписати причини стигматизації ВІЛ-позитивних людей, а інша — наслідки. Тренер заздалегідь готує плакат (аркуш фліпчарту), на якому схематично зображує дерево. Причини фіксуються на стікерах, з яких формують коріння; наслідки — на зелених стікерах, які формують крону дерева (добре, якщо ці стікери будуть у вигляді листочків). Після обговорень у групах учасники наклеюють свої відповіді та презентують напрацювання груп. Під час виконання цієї вправи спонукайте учасників шукати не лише ті причини та наслідки, які лежать «на поверхні», а й думати глибше та замислюватися над причинами і наслідками. Після виконання вправи та її обговорення тренер переходить до презентації «Причини стигматизації ЛЖВ» та аналізує причини та наслідки стигматизації ЛЖВ, апелюючи до тих матеріалів, які напрацювали учасники тренінгу.

#### Презентація

##### Причини стигматизації ЛЖВ

##### Страх, спричинений відсутністю знань/інформації:

- незнання та нерозуміння хвороби
- хибні уявлення щодо шляхів передачі інфекції
- безвідповідальні повідомлення щодо епідемії ВІЛ-інфекції у ЗМІ
- упередженість суспільства до вже стигматизованих груп

##### Подвійна стигматизація, як правило, має місце стосовно таких груп:

- споживачів ін'єкційних наркотиків
- чоловіків, які мають секс із чоловіками
- осіб, які надають сексуальні послуги за плату

##### Страх бути стигматизованим заважає:

- пройти тестування на ВІЛ
- повідомити про свій статус інших людей
- шукати чи надавати допомогу та підтримку людям, які цього потребують
- розпочати лікування; сформувати прихильність до прийому АРВ-терапії

### 3.4. Визначення понять «стигма» та «дискримінація» (5 хв.)

**Метод:** міні-лекція, дискусія.

**Матеріали:** аркуш А1 із завчасно записаним визначенням.

**Обладнання:** фліпчарт.

**Інформація для тренера.** Дайте визначення стигмі й дискримінації. Запитайте учасників, як стигма призводить до дискримінації? Нехай учасники дадуть свої відповіді.

#### Міні-лекція

**Стигма** (лат. stigma, «тавро») — може розглядатися як дискредитація індивіда через приписування йому соціально-негативних рис, характеристик, які сприймаються у певному середовищі як принизливі та спричиняють негативні суб'єктивні переживання. Стосовно ВІЛ/СНІД цей процес описується як знецінення людей, які живуть з ВІЛ і СНІД або асоціюються з цією хворобою.

**Дискримінація** (лат. discriminatio, «розрізнення») — обмеження прав частини населення за певною ознакою (раса, вік, стать, національність, релігійні переконання, сексуальна орієнтація, стан здоров'я, рід занять тощо). Деякі спеціалісти додають до даного визначення такий нюанс, як умисність дій щодо порушення прав, тобто усвідомлені дискримінаційні дії щодо ВІЛ-позитивних людей.

Стигма призводить до несправедливого ставлення до людини через його/її **реальний або надуманий** ВІЛ-статус. Стигму та дискримінацію, які пов'язані з ВІЛ і СНІД, вже давно визнали основними перешкодами на шляху профілактики, лікування ВІЛ/СНІД, догляду та підтримки.

### 3.5. Зміст та визначення поняття «толерантне ставлення» (5 хв.)

**Метод:** мозковий штурм, презентація.

**Обладнання:** фліпчарт.

**Інформація для тренера.** Тренер звертається до учасників із запитанням: «Як ви розумієте поняття ТОЛЕРАНТНІСТЬ? Особливо, коли ми говоримо про толерантне ставлення до ВІЛ-позитивних дітей?» Учасники називають, а тренер фіксує всі їхні вислови на фліпчарті. Пізніше, впродовж презентації, тренеру варто апелювати до цього матеріалу. Після мозкового штурму тренер переходить до короткої презентації «Толерантне ставлення».

## Презентація

**Толерантність** — це цінність і норма громадянського суспільства, яка проявляється у праві всіх громадян бути різними, у повазі до різноманітності культур та цивілізацій, готовності до розуміння та співпраці з людьми, які відрізняються зовні, мають іншу мову, переконання, звичаї та вірування. Таким чином, бути толерантним означає готовність визнавати і приймати поведінку, переконання та погляди інших людей, які відрізняються від власних, навіть у тих випадках, коли людина не поділяє цих переконань та поглядів.

### Толерантність у дії — це:

- Повага до інших
- Позитивна лексика
- Визнання прав інших
- Прийняття інших такими, якими вони є
- Співпраця з іншими на рівних умовах
- Відмова від домінування та насильства
- Терпимість до чужих думок, переконань

Світогляд толерантної людини виражається у тому, що вона здатна співпрацювати з іншими на рівних умовах, відмовляється від домінування, адже усвідомлює, що її думки та погляди не є абсолют.

### Ознаки толерантної людини:

1. Толерантна людина не ділить світ на «чорних» та «білих» і тому готова вислухати та зрозуміти різні точки зору.
2. Їй притаманні почуття гумору і вміння посміятись над своїми слабкими сторонами.
3. Почуття толерантності зменшує потребу домінувати і дивитись на людей зверхньо.
4. Толерантна людина знає і правильно оцінює себе. Її добре ставлення до себе співвідноситься з позитивним та доброзичливим ставленням до інших.
5. Толерантність не виникає спонтанно, необхідні певні психологічні установки, усвідомлення у процесі взаємодії з іншими того, що толерантність — єдиний можливий шлях мирного співіснування у суспільстві.

Таким чином, толерантне ставлення формується у суспільстві через виховання, особистий життєвий досвід тощо.

## 3.6. Причини та форми стигматизації (60 хв.)

**Метод:** міні-лекція, обговорення.

**Матеріали:** роздатковий матеріал «Приклади прояву стигми та форми дискримінації». Матеріал надано в додатках сесії (Додаток 1.4).

**Інформація для тренера.** Поясніть, що існує 3 причини виникнення стигматизації. Зробіть огляд причин, використовуючи надану нижче інформацію:

### 1. «Знання, як причина виникнення стигматизації»

— Це пов'язано зі знанням або розумінням природи ВІЛ та страхом щодо побутової передачі ВІЛ, щоденного спілкування (випадкові контакти) з людьми, що живуть з ВІЛ або СНІД.

### 2. «Роль цінностей, норм і моральних суджень»

— Існують два загальних елементи:

А. Шляхи, через які стигма пов'язана з ВІЛ та СНІД, створює чіткий розподіл між «нами» (завідомо неінфікованими) та «ними» (ті, хто живе або завідомо вважається, що можуть жити з ВІЛ та СНІД);

Б. Тенденція кожного великого суспільства — присвоювати ступені «провини» або «невинності» ВІЛ-позитивним відповідно до припущень про те, як людина була інфікована.

### 3. «Сором, провини та гендерна роль»

— Це роль, яку відіграє гендер у зв'язці між стигмою, пов'язаною з ВІЛ, моральними судженнями, соромом та провинною. Не дивлячись на те, що це складне поєднання, зрозуміло, жінок стигматизують за цим принципом найчастіше, так як вважається, що жінка має підтримувати моральні устої суспільства. А відтак, наявність ВІЛ є свідченням того, що вона не змогла виконати цю важливу соціальну функцію.

Роздайте учасникам роздатковий матеріал «Приклади прояву стигми та форми дискримінації» (Додаток 1.4). Поясніть, що усі приклади взято, виходячи з досвіду різних країн. Попросіть учасників по черзі зачитати їх. Яка головна причина виникнення стигми відображається у кожному висловлюванні?

Тренеру після обговорення матеріалу варто підвести підсумок, що сьогодні, на жаль, багато людей не володіють базовою інформацією щодо шляхів передачі ВІЛ/СНІД. Через це у суспільстві виникає негативне ставлення до ВІЛ-позитивних людей.

## 3.7. Рекомендації щодо шляхів боротьби зі стигмою та дискримінацією (30 хв.)

**Метод:** робота в групах, презентація в групах, дискусія.

**Матеріали:** маркери, Аркуші А4 із заготовленими завданнями, роздатковий матеріал «Рекомендації щодо шляхів боротьби зі стигмою та дискримінацією». Матеріал надано в додатках сесії (Додаток 1.5).

**Обладнання:** фліпчарт.

**Інформація для тренера.** Об'єднайте учасників у 4 групи. Запропонуйте учасникам розраховуватися за числами 1,2,3,4. Коли кожний учасник назве число, необхідно вказати місце в залі, де збираються команди під номером 1,2,3,4. Поясніть, що протягом 15 хвилин кожна група має внести коментарі до кожного з видів стигматизації. По закінченню кожна група презентує напрацьоване.



### Завдання для кожної з 4-х груп

- Вплив стигматизації на сім'ю
- Вплив стигматизації на особистість
- Вплив стигматизації на суспільство
- Вплив стигматизації на ВІЛ-сервісні організації/програми

Необхідно, щоб серед коментарів було зазначено наступні твердження:

- Стигма зменшує шанси довідатися про свій ВІЛ-статус, оскільки людина уникає тестування. Відповідно, вона не бажає обговорювати цю проблему зі своїм партнером, внаслідок чого відбувається інфікування іншої людини.
- Стигма не дає змоги людям, які підозрюють, що вони ВІЛ-позитивні, отримати доступ до лікування та консультування. Наприклад, пацієнт, хворий на ТБ (туберкульоз), приховує свій діагноз і не розпочинає лікування.
- Стигма перешкоджає людям використовувати інші послуги (наприклад, вагітна жінка не приймає антиретровірусні препарати).
- Стигма перешкоджає наданню послуг догляду та підтримки людям, що живуть із ВІЛ та СНІД.

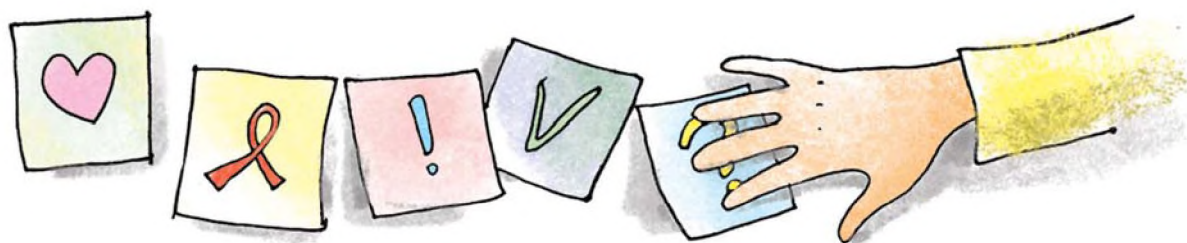
### 3.8. Підведення підсумків тренінгу (вихідне анкетування) (30 хв.)

Перш ніж підвести підсумки необхідно роздати матеріал: «Рекомендації щодо шляхів боротьби зі стигмою та дискримінацією» та попросити учасників його прочитати. Після цього повідомити, які з прочитаних рекомендацій вони могли б реалізувати у своїх громадах.

**Інформація для тренера.** Запитайте, яке загальне враження отримали учасники від списку рекомендацій, і чи можна вважати це одним із елементів просвітницької діяльності, яка могла б допомогти у розвитку потенціалу громади щодо формування толерантності до людей, які живуть з ВІЛ.

**Учасники заповнюють вихідну анкету. Відбувається закриття тренінгу.**

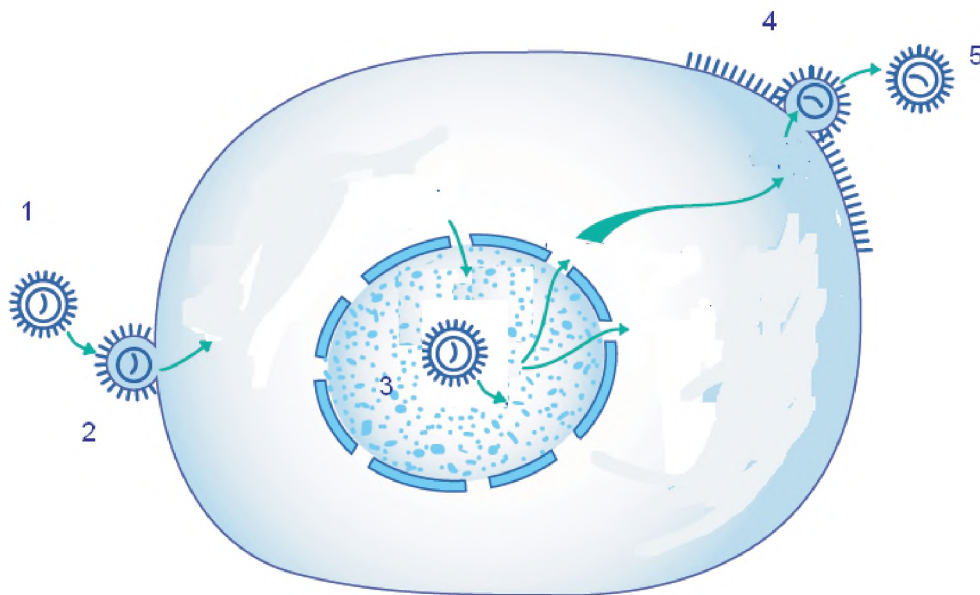




## Додаток 1

### Інформаційні матеріали до сесії I

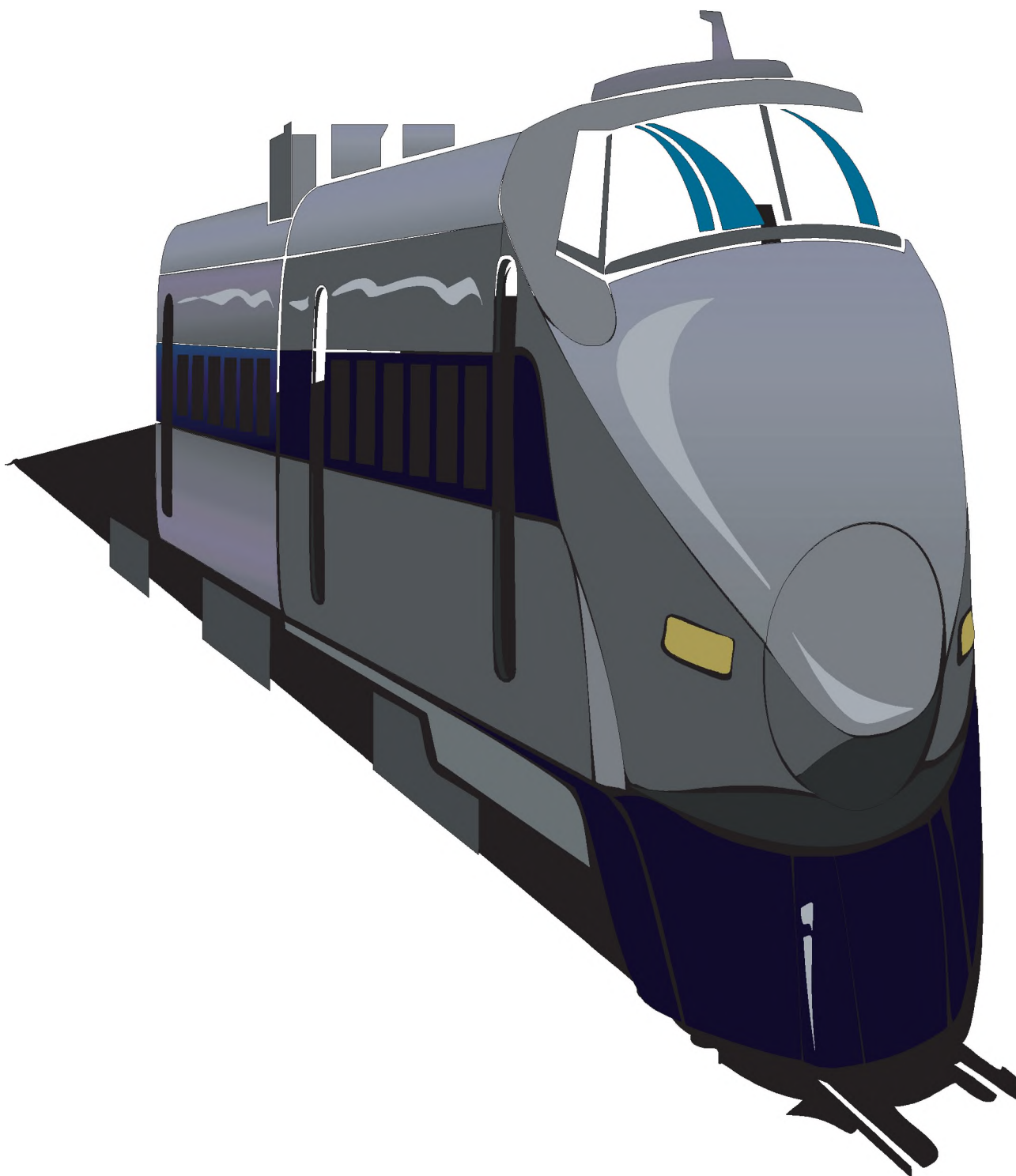
## 1.1. Життєвий цикл вірусу ВІЛ

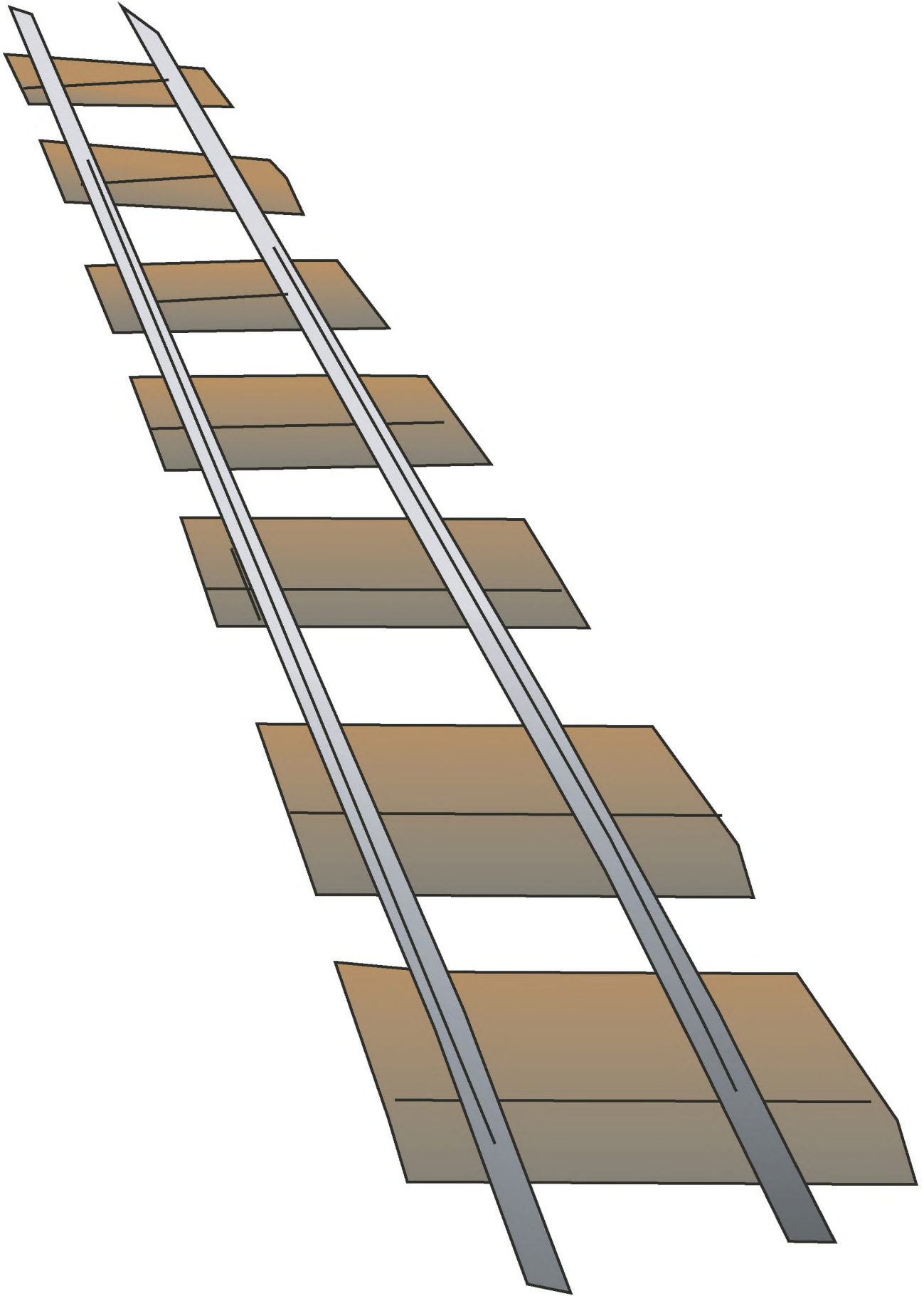


1. Вірус знаходить лімфоцити Т4.
2. Вірус прикріплюється до них і таким чином потрапляє у клітину через спеціальний рецептор на поверхні клітини.
3. Вірус проникає в структуру клітини і використовує її для швидкого розмноження. На цьому етапі виникають мутації.
4. Новий вірус виходить з клітини Т4, при цьому він пошкоджує, а згодом і руйнує клітину.
5. Нещодавно сформований вірус знаходить нові клітини Т4, захоплює та інфікує їх, таким чином весь процес повторюється.

## 1.2. Аналогія з потягом

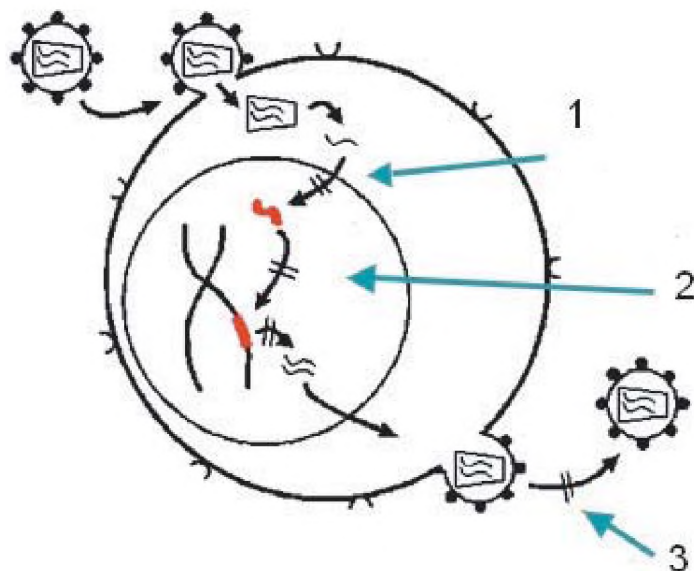
**Інформація для тренера.** При поясненні, використовуйте аркуші паперу з клейкою стрічкою зі зворотного боку для ілюстрації.







### 1.3. Призупинення розмноження ВІЛ: як працює АРВ



1. ВІЛ використовує фермент для перетворення РКН на ДНК. Цей процес може бути призупинений шляхом втручання необхідного ферменту.

2. Вірус використовує інший фермент (протеазу — травний фермент, що використовується для створення нових вірусних частинок) для перенесення свого генетичного матеріалу в клітину. Цей процес може бути призупинений.

3. Поширення недавно сформованого вірусу з інфікованих клітин носія можна зупинити.

## 1.4. Виявлення та форми стигматизації

### Приклади:

Моя мати позначила та відокремила весь мій посуд у будинку.

Вдома мені більше не дозволяється допомагати готувати їжу.

Моя сестра попросила мене не підходити до її дітей.

Люди більше не запрошують мене піти кудись разом.

Оточуючі поводити себе зі мною так, наче у мене немає ніякого майбутнього, і були здивовані через моє бажання повернутися до школи.

Здавалося, що кожен очікував на мої розповіді іншим про ВІЛ, а я хотів лише продовжити займатися своєю справою.

У моїй церкві сказали, що вони не будуть одружувати ВІЛ-позитивних людей.

Як тільки люди дізнаються, що я ВІЛ-позитивний, одразу намагаються з'ясувати, як це трапилося.

Моя сім'я звинувачує мене в тому, що сусіди вимагають нашого переїзду.

Я втратив роботу в міській газеті.

У притулку ВІЛ-позитивних дітей розмістили окремо у спеціальній групі, щоб «захистити» інших дітей-сиріт.

Працівники притулку одягають рукавички, коли граються з ВІЛ-позитивними дітьми.

ВІЛ-інфікований повинен отримувати всі види медичної допомоги тільки у СНІД-центрі.

Коли я запитав, яке знеболювальне можу отримати, головний лікар відповів мені, що люди з ВІЛ/СНІД не страждають від болю.



## 1.5. Рекомендації щодо боротьби зі стигмою та дискримінацією

### Знання та страх щодо ВІЛ/СНІД

Наполеглива думка «знаю, але не зовсім вірю» стосовно передачі ВІЛ через певні способи вказує на те, що подолання цих сумнівів й побоювань є одним з ключових кроків для будь-якої програми, яка працює над подоланням стигми, пов'язаної з ВІЛ. При розробках програм необхідно звертати увагу як на її зміст, так і на її стиль та метод подачі інформації.

### Важливість надання інформації

Постійний страх перед інфікуванням ВІЛ вигаданим шляхом та постійне питання «а що, як...» вказують на те, що багато людей проявляють занепокоєння щодо передачі ВІЛ в будь-якій ситуації буденного життя. Цей необґрунтований страх чітко показує, як неповна, неясна (і часто негативна) інформація, що надається про ВІЛ і СНІД, може викликати небажані наслідки. Таким чином, програми з надання інформації про ВІЛ мають бути розширеними та поглибленими наступними шляхами:

- Необхідно надавати інформацію не тільки про шляхи передачі ВІЛ, але й також про шляхи, через які вірус не передається. Варто робити наголос на тих типових «випадкових» ситуаціях, які зазвичай викликають у людей страх (наприклад, контакт з кров'ю, потом, слиною, т.п. ситуації, під час яких не відбувається обміну рідинами; або укуси комарів) та обов'язково пояснювати, чому передача ВІЛ малоімовірна або неможлива у наведених прикладах.
- Розширення змісту інформації, що надається, шляхом включення матеріалу не тільки про трансмісію ВІЛ і СНІД, а також про те, що означає жити з ВІЛ; про навички, необхідні людям для запобігання інфікуванню; про те, як, будучи інфікованим, можна, водночас, вести здоровий та продуктивним спосіб життя. Наприклад, необхідно повідомляти, що ВІЛ-позитивна людина може прожити довге життя, або про те, що ВІЛ-позитивні хворіють на умовно-патогенні інфекційні захворювання, які піддаються лікуванню. Дуже добре, коли запропонована інформація дає практичні поради щодо обговорення питання ВІЛ, використання презервативів з сексуальними партнерами, незалежно від того, є цей партнер постійним чи ні.
- Необхідно надавати визначення «стигми» та роз'яснювати її форми та прояви; як вона шкідливо впливає безпосередньо на нас, наші сім'ї та суспільство; яким чином кожен з нас може зробити свій внесок у подолання стигматизації. Не заглиблюючись у різноманітні дослідження, можна наводити приклади різних країн, де населення стверджує, що в їх суспільстві стигми не існує. Проте можна спостерігати дії, які без застереження можна вважати проявами стигми. Все це вказує на неповне розуміння того, що таке стигматизація.
- Усвідомлення та розуміння того, наскільки стигматизація може бути небезпечною, допоможе у її подоланні.

### Цінності, норми і моральні судження

Щоб ефективно боротися зі стигмою, програми мають бути спрямовані на відокремлення поняття «ВІЛ-статусу» від делікатних соціальних проблем (часто табу), які пов'язані з його передачею, а саме статеві стосунки, ін'єкційне вживання наркотиків. Це можна зробити, не нехтуючи інформацією про ефективні методи профілактики. Наприклад:

- Пояснювати, як ВІЛ передається/не передається на основі нейтральних фактів, не надаючи цій інформації емоційного відтінку.
- Інформація та програми мають бути спрямовані на обговорення форми ризикованої поведінки, яка може стати причиною передачі ВІЛ без прямого посилання на конкретних

людей або групи. Це робиться для того, щоб уникнути думки, що певні групи населення (наприклад, молоді дівчата, чоловіки-геї, особи, які надають сексуальні послуги та вживають ін'єкційні наркотики, є винними у розповсюдженні ВІЛ). У разі, коли інформація, що надається, містить приховану стигму, зумовлену засудженням видів поведінки, складається враження, що ВІЛ є питанням особистого вибору.

- Необхідно, щоб ключові установи та громадські лідери, які формують і зміцнюють цінності суспільства, взяли на себе ініціативу в зменшенні стигматизації.

Вони можуть зробити це через:

- Впровадження антидискримінаційних принципів, наприклад неупереджене, справедливе та рівноправне ставлення до всіх людей.
- Тренування лідерів з метою поліпшення розуміння природи ВІЛ та переборення страхів щодо випадкової передачі вірусу, визначення поняття стигматизації, мотивування до її подолання та початку самоаналізу, перегляду цінностей, моралі та суджень.

### Навіщо залучати людей, що живуть з ВІЛ/СНІД?

Одна зі стратегій заохочення до зміни поведінки, забезпечення обізнаності і боротьби з поширенням ВІЛ/СНІД — це запрошення людей, що живуть із ВІЛ або СНІД, (ЛЖВ) для того, щоб вони поділилися своїм особистим досвідом.

Аби підготуватися до зустрічі, перш за все необхідно визначити її мету та задачі, наприклад:

- допомогти учасникам усвідомити власні упередження щодо ЛЖВ;
- позбавитись цих упереджень;
- підкреслити той факт, що не можна визначити ВІЛ-статус людини, лише поглянувши на неї;
- персоніфікувати ВІЛ/СНІД;
- продемонструвати підтримку та обговорити шляхи піклування про ЛЖВ;
- закріпити уроки щодо зміни поведінки.

### Підготовка ЛЖВ

При підготовці ЛЖВ до публічного виступу, вони повинні чітко визначитись з інформацією, яка буде презентуватись. Деякі теми обговорень можуть включати:

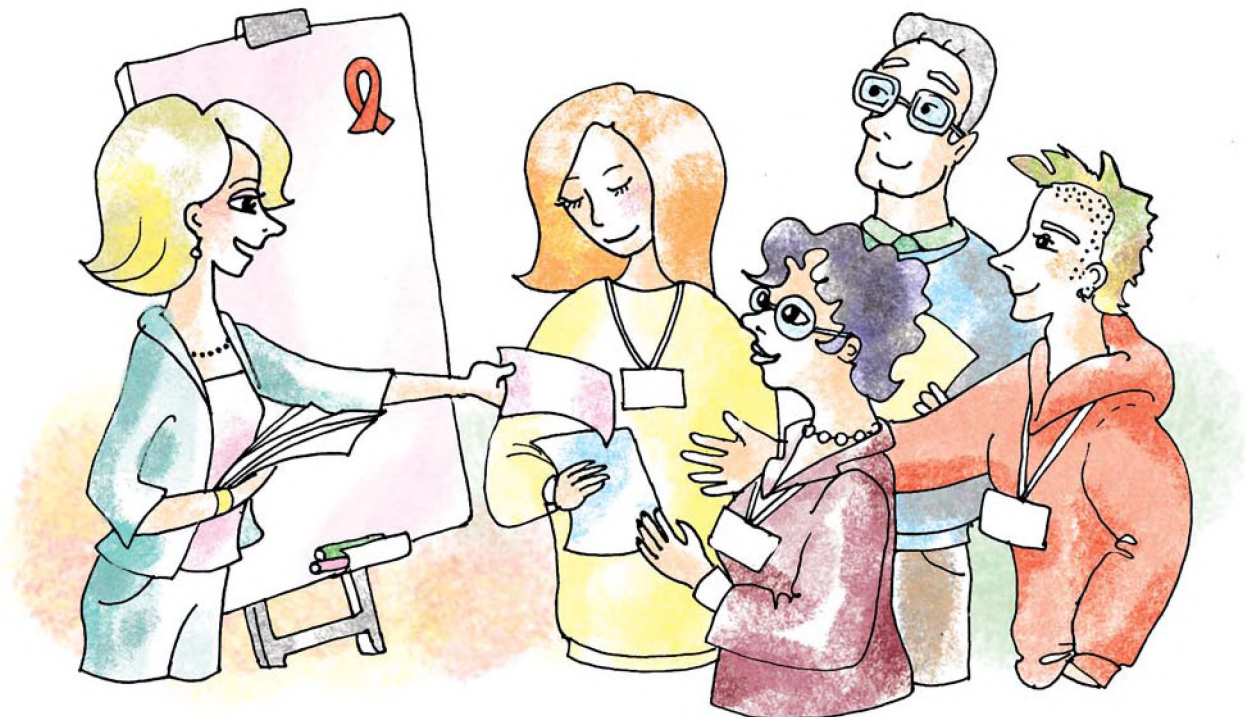
місце народження	яким чином відбулося інфікування ВІЛ
історія сім'ї	реакція сім'ї та друзів
освіта	поточна ситуація
професійна кар'єра	як вести здоровий спосіб життя
сімейне життя (шлюб, діти)	пропозиції, щодо підтримки ЛЖВ

Перед початком дискусії ці теми необхідно узгодити з ЛЖВ, щоб вони почувалися вільно та вели бесіду відповідно до очікувань добровольців Корпусу Миру.

Досвід показав, що найкращим методом спілкування є завчасна підготовка питань у письмовій формі, після чого вони передаються ведучому або гостям. Відкриті питання та відповіді можуть ускладнити процес спілкування, навіть зробити його болючим, оскільки питання не будуть переглянуті заздалегідь.

### Підготовка аудиторії

З метою полегшення спілкування необхідно також підготувати аудиторію до зустрічі з ЛЖВ. Взагалі, перед зустріччю корисно ознайомити учасників з основними фактами щодо ВІЛ/СНІД, особливо тими, що стосуються шляхів передачі ВІЛ.



Σ

## Сесія II

**Тренінг «Хто такі волонтери та як їх готувати  
до роботи на час інформаційно-просвітницьких  
кампаній з толерантності»**

*(автори — Наталія Романова та Дарина Степанченко)*

**Мета:** надати необхідні знання та виробити практичні навички з підготовки волонтерів до роботи з формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД.

**Завдання:**

1. Надати основну інформацію про людей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД, їх проблематику та шляхи вирішення.
2. Ознайомити учасників із різними категоріями волонтерів та з основними принципами волонтерства.
3. Надати необхідні знання щодо організації волонтерської діяльності з питань формування толерантності до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД.
4. Сформувати вміння й навички щодо практичного впровадження моделі роботи із залучення волонтерів, залежно від місця роботи/навчання/проживання.

**Цільова аудиторія:**

- представники освіти (вчителі, викладачі);
- фахівці соціальної сфери (соціальні працівники, соціальні педагоги);
- батьки та близьке оточення дітей з ВІЛ/СНІД;
- представники громадських організацій та місцевої громади.

**Кількість учасників одного тренінгу:** до 20 осіб.

**Тривалість:** 3 дні.

**Вимоги до тренерів:**

- знання теоретичних основ проблематики людей, які живуть з ВІЛ/СНІД;
- досвід роботи у сфері протидії епідемії ВІЛ/СНІД;
- наявність вмінь і практичних навичок з підготовки волонтерів до роботи;
- знання з технології проведення тренінгу;
- досвід тренерської роботи (можна незначний).

**Вимоги до учасників:**

- бажання працювати у волонтерських програмах з метою вирішення проблематики дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД;
- готовність вчитися та навчати інших;
- активна участь у роботі та позитивна налаштованість на кінцевий результат.

Необхідні ресурси: приміщення; технічне обладнання, копіювальна техніка, канцтовари; фліпчарт, кошти<sup>4</sup> на організацію перерви на каву та закупку сувенірів.

**Загальні вимоги до учасників та тренерів:**

- наявність теоретичних знань по темі ВІЛ/СНІД;
- комунікативність, вміння розв'язувати конфлікти;
- креативність;
- толерантність;
- спостережливість, почуття такту та гумору.

<sup>4</sup> У випадку відсутності коштів цей пункт можна виключити.

**Робочий план**  
**(інформаційні матеріали до тренінгу надані у додатку 2)**

**Перший день**

Час проведення	Тема	Вид діяльності	Тривалість, хв.	Ресурсне забезпечення
9:30–10:40	Вступна частина	1. Вступ (реєстрація)	30	Бланк для реєстрації, анкета (вхідна) (Додаток 2.1)
		2. Знайомство тренера з групою		
		3. Представ. тренерів.	3	Програма тренінгу, проектор, ноутбук, м'яка іграшка у формі серця
		4. Ознайомлення з програмою тренінгу.	5	
		5. Знайомство з учасниками (вправа «Червоне серце»)	12	
		6. Прийняття правил роботи групи	10	Маркери, фліпчарт, стікери
		7. Очікування (вправа «Ромашка»)	10	Плакат з «ромашкою», маркери
10:40–11:30	Тема 1. Формування громадської думки щодо толерантного ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД	1. 1. Презентація «Толерантне ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД»	10	Проектор, ноутбук, (Додаток 2.2)
		1.2. Закріплення навчального матеріалу (вправа «Міфи»)	20	Кольоровий папір, ножиці, маркери, 10 міфів (Додаток 2.3)  Клубок різнокольорових ниток
		1.3. Поглиблене вивчення матеріалів та активізація групової динаміки (рухавка «Клубок життя»)	20	
11:30–11:45	Перерва			
11:45–12:40	Тема 2. Що ми знаємо про проблеми людей, які живуть з ВІЛ	2.1. Загальна характеристика різних категорій волонтерів, що можуть працювати з ВІЛ-позитивними дітьми»	15	Проектор, ноутбук, Презентація (Додаток 2.5)
		2.2. Актуалізація знань з проблематики та розвиток групової динаміки (рольова гра «Якби я був...»)	30	Картки з ролями, сувеніри
		2.3. Активізація роботи учасників та виявлення емоцій (рухавка «Пантоміма»).	10	Призи



12:30–13:00	Тема 3. Як залучити волонтерів до роботи  Етап I. Започаткування роботи  Етап II. Проведення роботи	Інтерактивна робота Міні-лекція «Як розпочати роботу з волонтерами?»  Міні-лекція «Як розвивати волонтерську діяльність?»	15  15	Інформаційні матеріали 1 (Додаток 2.8)  призи
13:00–14:00	Обід			
14:00–16:00	Тема 4. Як розробити волонтерську програму: основні кроки	4.1. Презентація «Як запровадити волонтерську програму щодо формування толерантного ставлення до ВІЛ-позитивних дітей: основні кроки»  4.2. Групова робота «Як запровадити волонтерську програму щодо формування толерантного ставлення до ВІЛ-позитивних дітей (залежно від категорії волонтерів)»  4.3. Презентація результатів роботи  4.4. Формування навичок волонтерів (колаж «Складання портрету потенційного волонтера»)	20  20 20 60	Проектор, ноутбук, презентація (Додаток 2.9)  Картка із завданнями, листівки з різною тематикою (5 видів)  Старі журнали, газети, фотокартки. Ножиці, клей, ватмани (5 шт.), маркери, фломастери, призи
16:00–16:20	Перерва			
16:20–17:00	Тема 5. Модель організації волонтерської роботи	5.1. Варіант 1. Ініціатива ВІЛ-сервісної організації  5.2. Варіант 2. Ініціатива громади	20  20	Фліпчарт, маркери  Аркуші А4, маркери, клей або стікери
17:00–17:30	Підведення підсумків тренінгу; зворотний зв'язок	Вправа «Ланцюжок»	30	



## Другий день

Час проведення	Тема	Вид діяльності	Тривалість, хв.	Ресурсне забезпечення
10:00–10:50	Обговорення отриманої інформації у перший день тренінгу	А. Робота в колі	20	«Мікрофон»
		Б. Поглиблення знайомства учасників. Вправа «Репортер»	30	
10:50–13:00	Тема 6. Підготовка волонтерів до участі у інформаційно-просвітницькій кампанії	6.1. Об'єднання учасників у підгрупи (гра «Пошта їде...»)	10	Фліпчарт, маркери, ватмани (4 шт.), стікери, клей, ножиці;  Призи, фліпчарт
		6.2. Групова робота «Розробка моделі залучення волонтерів різних категорій (батьки та члени родини, студенти, освітяни, соціальні працівники)»	80	
		6.3. Презентація	40	
13:00–14:00	Обід			
14:00–16:30	Тема 7. Практичне впровадження моделі залучення волонтерів, залежно від місця роботи/навчання/проживання	7.1.Зближення учасників (вправа «Футболка»)	20	Картки із завданнями
		7.2 Групова робота «Волонтерська робота: польовий етап»	65	
		7.3. Групові презентації	65	

## Третій день

Час проведення	Тема	Вид діяльності	Тривалість, хв.	Ресурсне забезпечення
10:00–10:30	Обговорення отриманої інформації протягом другого дня тренінгу	Робота в колі	30	
10:30–11:30	Тема 8. Якою має бути програма підготовки волонтерів до роботи	8.1. Активізація знань учасників щодо програми тренінгу з підготовки волонтерів (мозковий штурм) 8.2. Дискусія «Обговорення змісту запропонованої тренером навчальної програми тренінгу»	30 30	Фліпчарт, маркери Роздрукована програма тренінгу для кожного учасника
11:30–13:00	Тема 9. Як організувати волонтерів для проведення роботи з формування толерантності	9.1 .Мозковий штурм «Форми та методи роботи з формування толерантності» 9.2. Презентації груп (5-ти найбільш рейтингових методів роботи) та обговорення	30 60	Фліпчарт, маркери Маркери, ватмани (5 шт.)
<b>13:00–14:00</b>	<b>Обід</b>			
14:00–15:30	Тема 10. Визначення основних понять: стигма, дискримінація, толерантність	10.1. Визначення основних понять: стигма, дискримінація, толерантність. 10.2. Групова робота «Обговорення життєвих історій» 4.3. Вправа «Лялька»	20 40 30	Проектор, презентація (Додаток 2.12) Роздруковані життєві історії (Додаток 2.13) Дитяча іграшка
15:30–16:20	Підведення підсумків тренінгу	Підведення підсумків Зворотній зв'язок (Вправа «Долоні») Прощання Анкета (вихідна)	15 10 20 5	Аркуші паперу А4, ручки, маркери Додаток 2.14 Анкети (20 шт.)

## Порядок проведення

### Перший день

#### 1. Вступ (30 хв.)

**Ресурсне забезпечення:** бланк для реєстрації, вхідна анкета (Додаток 2.1), програма тренінгу.

Реєстрація та заповнення вхідної анкети, видача папки з інформаційними матеріалами та програмою тренінгу

#### Зразок бланку для реєстрації

№ п/п	Прізвище та ім'я	Назва організації	Контакти (телефон та електронна пошта)

#### 2. Знайомство тренера з групою (20 хв.)

**Ресурсне забезпечення:** аркуш формату А1 із завчасно записаними назвою тренінгу, метою та завданнями, папір А2, А4, маркери, фломастери; проектор, ноутбук, м'яка іграшка у формі серця, програма тренінгу.

#### 3. Представлення тренерів (3 хв.)

**Метод:** усне повідомлення.

**Інформація для тренера.** Тренер вітає учасників, представляється, розповідає про мету і завдання тренінгу. Наголошує про важливість наявності комунікативних навичок у роботі з людьми.

Загалом ця частина обов'язково має включати:

- представлення тренерської команди;
- коротку інформацію про організаторів і донорів, які фінансують проведення тренінгу;
- повідомлення теми тренінгу;
- ознайомлення учасників із методичними та організаційними особливостями роботи на тренінгу.

#### 4. Ознайомлення з програмою тренінгу (5 хв.)

**Метод:** презентація (готується в електронному вигляді).

**Інформація для тренера.** У разі відсутності електронного обладнання тренер коментує роздруковану програму, яку отримали учасники при реєстрації.

#### 5. Знайомство з учасниками (12 хв.)

**Метод:** вправа «Червоне серце».

**Матеріали:** чистий аркуш паперу або спеціальні бейджики.

**Інформація для тренера.** Знайомство — це процедура, в ході якої учасники знайомляться один з одним, придивляються один до одного. Ведучий перший вітається з групою. Це можна зробити в такій формі: «Вітаю вас. Мене звати..... Я радий вас бачити. Пропоную розпочати роботу зі знайомства. Візьміть бейджик (який ви отримали при реєстрації) і напишіть на ньому своє ім'я».

##### Хід вправи:

Тренер бере в руки іграшку у вигляді великого червоного серця і починає першим зі слів: «Я, Ольга, за родом занять педагог, маю відкрите серце, тому хочу поділитися знаннями щодо важливості волонтерської роботи з питань толерантності до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД». Далі кожен із учасників презентує себе та вказує причину своєї участі.

#### 6. Прийняття правил роботи групи (10 хв.)

**Метод:** групове обговорення.

**Матеріали:** фліпчарт, чистий аркуш паперу та маркери.

**Інформація для тренера.** Правила групової роботи передбачають, що:

- основні правила пропонує тренер;
- правила записуються на великому аркуші паперу і розташовуються на видному місці;
- після написання кожного правила (або всіх разом) важливо, щоб кожний учасник погодився з цим (для того тренером використовуються доречні формулювання на кшталт того: «Правило приймається? Приймається! Дякую»);
- у випадку порушення правил, ведучі або учасники групи нагадують порушнику про це, посилаючись на перелік. У цьому випадку доречно ще раз наголосити на значенні дотримання даного правила;
- правила можуть подаватися як напис на аркуші паперу, рідше як зображення малюнком тощо).

## Хід вправи:

Тренер записує прийняті правила на аркуші, після їх прийняття аркуш закріплюють на видному місці аби за необхідності можна було до нього постійно повертатися (наприклад, якщо хтось із учасників запізнився чи веде себе агресивно в групі тощо).

## Найбільш поширені правила роботи в групі

Правило	Тлумачення
<i>Цінування часу</i>	За будь-якої програми тренінгу завжди існує ліміт часу. Всім учасникам потрібно бути уважними, не відволікатися від теми обговорення, прагнути дотримуватися регламенту, говорити згідно теми та без відволікань, висловлювати свою думку коротко та чітко.
<i>Ввічливість</i>	Сприяє створенню позитивної атмосфери взаємної поваги, також сприяє збереженню часу. Учасники, поважаючи себе та інших, мають говорити по черзі, не перебивати один одного, пам'ятаючи, що думка кожного цінна і необхідна для поповнення спільної скарбнички групового досвіду.
<i>Позитивність</i>	Учасникам завжди краще висловлювати позитивні ідеї, здійснювати позитивні дії, ніж ініціювати негативні прояви — це непродуктивно, заважає досягненню мети тренінгу.
<i>Говорити від свого імені</i>	Варто користуватися «Я-висловлюваннями» («Я вважаю», «Я так думаю», «На мій погляд» тощо). Якщо потрібно навести чийсь думку чи інформацію, потрібно послатися на конкретне джерело (людину, документ, книгу, статтю тощо).
<i>Правило добровільної активності</i>	Якщо для виконання якогось завдання тренеру потрібна особлива участь когось з учасників, присутні мають право пропонувати лише свою кандидатуру.
<i>Конфіденційність</i>	Всі учасники зобов'язуються у власних інтересах залишати в своєму колі і не виносити за його межі інформацію особистого характеру, яка може бути оприлюднена учасниками поза групою.
<i>Правило «СТОП»</i>	Дає можливість зупинити обговорення чи дискусію, якщо має місце затягування часу, або варто переходити до іншої теми роботи.
<i>Правило піднятої руки</i>	Сигнал про бажання зробити повідомлення учасник подає мовчки, підіймаючи руку вгору.
<i>Зворотний зв'язок</i>	Зворотний зв'язок — це висловлювання учасників щодо своїх міркувань стосовно сенсу та способів вирішення завдань, власного стилю навчальної діяльності, пошуку ефективних шляхів вирішення проблем тощо. Такі висловлювання надають можливість учасникам пізнавати унікальний досвід інших людей, бачити себе їх очима. Тренер має стежити, щоб висловлювання були описовими, а не оціночними; конструктивними, мали позитивну спрямованість, не містили негативних вказівок тощо. За необхідності, тренер повинен «вирівнювати ситуації», коригуючи висловлювання учасників, змінюючи акценти, наголошуючи на позитиві й конструктиві. Зворотний зв'язок здійснюється безпосередньо по ходу обговорення теми, виконання вправи чи завдання.

## 7. Очікування (10 хв.)

**Метод:** вправа «Ромашка».

**Матеріали:** аркуш паперу з підготовленим малюнком ромашки з великими пелюстками (можна розмалювати кольоровими маркерами), стікери для всіх учасників.

**Інформація для тренера.** Для успішності тренінгу важливо знати, навіщо люди прийшли на тренінг і які знання з тематики тренінгу вони вже мають. Висловлювання учасників щодо їх очікувань від навчання допоможуть вірно спрямувати роботу групи. Тож перед початком роботи тренер та група повинні домовитися щодо бажаного результату спільної роботи. Очікування на початку першого дня роботи групи стосуються, перш за все, загальної спрямованості тренінгу та його користі для кожного учасника; наступних днів роботи — уточнення конкретних кроків для досягнення поставленої мети.

**Хід вправи:** попередньо тренерська команда вирізає з кольорового паперу ромашку із білими пелюстками.

**Примітка:** кількість пелюсток має відповідати кількості учасників тренінгу.

Плакат з ромашкою кріпиться таким чином, аби до неї було зручно підійти кожному з учасників. Тренер пропонує всім (по черзі) підійти до ромашки та маркером на пелюстці написати своє головне очікування від даного тренінгу.

Після того, як кожен учасник це зробить, тренер підводить підсумки і визначає основні очікування групи.

**Примітка:** пелюстки мають бути досить великого розміру (має вміщатись коротке речення).



## Тема 1. Формування громадської думки щодо толерантного ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД (50 хв.)

### 1.1. Презентація «Толерантне ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД» (10 хв.)

**Мета:** надати основну інформацію з проблематики.

**Ресурсне забезпечення:** обладнання для електронної презентації.

**Матеріали:** роздруковані інформаційні матеріали для кожного учасника.

**Інформація для тренера.** Презентація є інтерактивною формою подачі теоретичного матеріалу та часто використовується як альтернатива лекції. Вона, як правило, спрямована на розкриття теми з конкретного аспекту теми у заданому відрізку часу.

Успішна презентація вимагає від того, хто її проводить:

- підготувати відповідну кількість слайдів та переконатися, що вони не потребують більше часу для оприлюднення, ніж зазначено в програмі тренінгу;
- заздалегідь організувати всі необхідні умови для проведення презентації (запустити обладнання, аби перевірити його технічний стан, та підготувати матеріали для демонстрації ще перед початком тренінгу; це допоможе не затримувати увагу учасників в ході роботи);
- в ході роботи підтримувати постійний зворотний зв'язок із учасниками тренінгу та при необхідності, коментувати навчальний матеріал чи відповідати на запитання;
- бути готовим, у випадку не зовсім повного викладення матеріалу, до усних доповнень та можливих дискусій, якщо презентована інформація може виявитися такою, що заперечує загальноприйняті концепти.

### 1.2. Закріплення навчального матеріалу (20 хв.)

**Мета:** сформувати навичку відстоювати власну думку на основі знання матеріалу та критичного мислення.

**Метод:** вправа «Міфи».

**Матеріали:** роздруковані роздаткові матеріали для кожного учасника (Додаток 4.2).

**Хід вправи:** попередньо тренер готує 20 карток із «міфами про ВІЛ/СНІД». На одній картці має бути зазначений один із міфів. Після того, як кожен з учасників отримав свою картку, тренер пропонує подумати, чи вірне твердження, яке записане на картці.

Після обдумування, кожен учасник має вийти та спростувати або підтримати дане твердження. Виступ кожного з учасників — до 1 хв.

Тренер підводить підсумки та коментує виступи учасників.

### 1.3. Поглиблене вивчення матеріалів та активізація групової динаміки (20 хв.)

**Мета:** умовно показати інформаційний простір соціуму і можливі складнощі роботи.

**Метод:** вправа «Клубок життя».

**Матеріали:** клубок різнокольорових ниток.

**Інформація для тренера.** Проведення таких вправ надає можливість проводити діагностування групової динаміки на різних етапах роботи.

Крім цього їх можна використовувати для активізації обговорення, вирішення специфічних навчальних завдань щодо закріплення тренінгового матеріалу та вироблення практичних навичок.

Вдало підібрані вправи роблять тренінг приємним і цікавим, створюють атмосферу дружнього середовища навчання для учасників.

**Хід вправи:** для цієї вправи необхідно змотати кольорові нитки в один великий клубок. Тренер пропонує учасникам стати в коло, сам тренер також знаходиться у колі і розпочинає вправу. Він першим кидає клубок ниток довільно, іншому учаснику, тримаючи кінець нитки в руці.

Тепер учасники мають перекидати клубок, залишаючи в руках кінець нитки. Клубок має побувати в руках кожного учасника не менше, ніж 3 рази (бажано).

Після того, як нитки скінчилися, тренер пропонує учасникам висловитись з приводу того, яку алегорію вони вбачають у «кольоровій сітці», що вони тримають в руках. Потім тренер підводить підсумки та акцентує увагу на наявності різного ставлення людей до проблем ВІЛ/СНІД у соціумі.



#### Звернути увагу:

Червона нитка може асоціюватися з агресивною людиною,

Зелена — позитивно налаштованою,

Жовта — доброю;

Синя — байдужою.

Набір ниток залежить від фантазії та можливостей тренера і самих учасників.

## Тема 2. Що ми знаємо про проблеми людей, які живуть з ВІЛ (45 хв.)

### 2.1. Загальна характеристика різних категорій волонтерів, що можуть працювати з ВІЛ-позитивними дітьми (15 хв.)

**Мета:** актуалізація наявного досвіду.

**Метод:** див. Додаток 4.3.

**Ресурсне забезпечення:** обладнання для електронної презентації.

**Матеріали:** роздруковані інформаційні матеріали для кожного учасника.

## 2.2. Актуалізація знань з проблематики та розвиток групової динаміки (20 хв.)

**Мета:** проведення зрізу знань та особистого досвіду щодо роботи з ВІЛ-позитивними дітьми; визначення рівня сприйняття конкретної ролі.

**Метод:** вправа «Якби я був...».

**Матеріали:** картки з ролями, сувеніри.

**Хід вправи:** тренер завчасно готує картки, на яких прописані ролі потенційних волонтерів (батьки, родичі, школярі, студенти, освітяни). Кожен учасник довільно обирає та витягає картку. Після того, як всі учасники отримали роль, тренер пропонує подумати над тим, які переконання характерні для такої людини, і яким чином вона може/не може залучатися до роботи із дітьми, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД.



### Звернути увагу:

Після обдумування, кожен учасник має представити свої думки в довільній театральній формі. Виконавці кращих 2–3 ролей отримують призи.

## 2.3. Активізація роботи учасників та виявлення емоцій (10 хв.)

**Мета:** проведення дебрифінгу<sup>5</sup>.

**Метод:** вправа «Пантоміма».

**Хід вправи:** тренер пропонує учасникам зіграти пантоміму, проте у незвичний спосіб. Він просить 1 учасника залишитися у приміщенні, а всі інші мають ненадовго вийти за двері. Тренер розповідає учаснику, що залишився, тему пантоміми. Відповідно учасник має рухами свого тіла показати частину цього образу. Тоді тренер запрошує наступних двох учасників, які довільно обирають собі частину пантоміми, яку хотіли б зобразити, та приєднуються до першого учасника як частини фігури. Наступним кроком є долучення уже трьох учасників, далі — чотирьох тощо, поки усі учасники тренінгу не складуть єдину пантоміму. Кожен раз учасники, які вже є частинами пантоміми, розповідають «новеньким», що вони зображають, аби ті могли вибрати свою роль та приєднатися.



### Звернути увагу:

Варіанти ролей можуть бути наступними:

- 1) Дракон
- 2) Олень
- 3) Лев
- 4) Слон
- 5) Миші та сир
- 6) Автомобіль

Перший із учасників самостійно обирає один із запропонованих тренером варіантів\*.

(\*як один із можливих варіантів: об'єднати учасників у кілька підгруп, аби вони мали змогу оцінити один одного та визначити кращу пантоміму).

<sup>5</sup> Дебрифінг проводиться з метою виявлення емоцій у контексті групової підтримки, нормалізації реакцій учасників на хід заняття та отримання інформації про психологічне реагування на події, які мали місце (для тренера). Цей метод може передбачати аналіз переживань, заохочення емоційного вираження й стимулювання осмислення переживань на когнітивному рівні.

## Тема 3. Як залучити волонтерів до роботи (30 хв.)

### Етап I. Започаткування роботи

**Мета:** ознайомлення з правилами організації роботи волонтерської групи.

**Метод:** міні-лекція «Як розпочати роботу з волонтерами?» (див. Додаток 2.8).

**Матеріали:** роздруковані інформаційні матеріали для кожного учасника.

### Етап II. Проведення роботи

**Мета:** отримання знань щодо практичної волонтерської діяльності в конкретній громаді чи організації.

**Метод:** міні-лекція «Як розвивати волонтерську діяльність?» (див. Додаток 2.9).

**Матеріали:** роздруковані інформаційні матеріали для кожного учасника.

**Інформація для тренера.** Міні-лекції відрізняються від традиційних лекцій значно меншою тривалістю. Зазвичай міні-лекції не перебільшують 10–15 хвилин, і використовуються для того, щоб стисло донести нову інформацію до багатьох людей одночасно; розповісти як виконувати якісь дії, що їх учасники згодом опановуватимуть самі в ході практичних вправ; підсумувати результати роботи малих груп для всієї аудиторії.

Міні-лекції часто застосовуються як частини цілісної теми, яку не бажано викладати у формі традиційної лекції аби не втомлювати аудиторію. Тоді інформація надається по черзі кількома окремими сегментами (міні-лекціями), між якими застосовуються інші форми й методи навчання: періоди запитань — відповідей, вправи на перевірку засвоєння матеріалу, рухавки, робота в складі малих груп тощо.

**Хід вправи (однаковий для першого і другого етапу):** кожен із учасників отримує від тренера інформаційні матеріали у роздрукованому вигляді. На кожному листочку навчальний матеріал (приблизно порівну) розділений на стільки частин, скільки є учасників (у нашому випадку є 20 учасників, тобто матеріал розділений на 20 частин). Тренер просить всіх учасників, які сидять у колі, по черзі, взяти собі той абзац, який відповідає їхньому порядковому номеру: перший, другий, третій і т. д. Коли кожен із учасників визначився зі своїм абзацом у матеріалі, а тренер має у цьому переконалися, оприлюднюється завдання: необхідно перечитати свій абзац, запам'ятати його та переказати своїми словами для всього загалу. Вправа виконується знову ж таки по колу, відповідно до порядкових номерів. Тренер, підбиває підсумки, коментує та визначає чи все із сказаного було зрозумілим. У випадку необхідності, вносить свої коментарі та доповнення чи відповідає на запитання.

## Тема 4. Як розробити волонтерську програму: основні кроки (120 хв.)

### 4.1. Презентація<sup>6</sup> «Як запровадити волонтерську програму щодо формування толерантного ставлення до ВІЛ-позитивних дітей: основні кроки» (20 хв.)

**Мета:** дати теоретичні основи розробки волонтерської програми за конкретними кроками.

**Ресурсне забезпечення:** обладнання для електронної презентації.

**Матеріали:** роздруковані інформаційні матеріали для кожного учасника.

<sup>6</sup> Надана в електронному варіанті на жорсткому носії.

## 4.2. Групова робота «Як запровадити волонтерську програму щодо формування толерантного ставлення до ВІЛ-позитивних дітей (залежно від категорії волонтерів)» (20 хв.)

**Мета:** формування практичних навичок для налагодження ефективної системи роботи з волонтерами.

**Метод:** групова робота.

**Матеріали:** картка із завданнями, 4 листівки різних кольорів (4 кольори), кожна з яких порізано в довільному порядку на 5 частин. Учасники довільно їх витягають та шукають своїх партнерів із схожою частиною листівки для об'єднання у групи. Таким чином має сформуватися 4 групи.

**Хід вправи:** учасники отримують картки, де вказано, яку категорію волонтерів вони представляють із наступними завданнями:

1. Розробити волонтерську програму за певними кроками, які надані в інформаційних матеріалах.
2. Описати особливості організації інформаційно-просвітницької кампанії щодо толерантного ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД.
3. Вказати можливі піар-кампанії чи інші дії з популяризації волонтерської програми.

## 4.3. Презентація результатів роботи (20 хв.)

**Мета:** отримання зворотного зв'язку щодо набуття необхідних практичних навичок.

**Метод:** колективна презентація.

**Інформація для тренера.** Колективні презентації — це форма представлення матеріалу, коли кілька (троє або більше) осіб разом (по черзі) повідомляють аудиторії інформацію, яку вони напрацювали у своїй підгрупі протягом певного часу.

За вказівками ведучого, який регулює черговість виступів, кожний, хто презентує роботу, готує доповідь певної тривалості (зазвичай 5–10 хвилин).

Як правило, кожне повідомлення присвячене якомусь одному з кількох аспектів (вимірів, поглядів) одної теми.

Наприкінці колективних презентацій передбачаються запитання від аудиторії кожному доповідачеві.



### Звернути увагу:

Якщо тренінг проходить кілька днів, то бажано аби більшість учасників взяла участь у ролі доповідача. Доповідача групової презентації самостійно обирають учасники групи, без участі тренера.



#### 4.4. Формування навичок волонтерства (60 хв.)

**Мета:** усвідомлення місії волонтера.

**Метод:** колаж.

**Матеріали:** старі журнали, газети, фотокартки, ножиці, клей, ватмани (5 шт.), маркери, фломастери, сувеніри.

**Хід справи:** попередньо тренер має підготувати багато старих газет, журналів, листівок, фотокарток. Тренер пропонує учасникам об'єднатися у 4 групи (можна роздати всім учасникам цукерки чотирьох видів, а потім зібрати у групи, відповідно до кольору фантиків).



##### Звернути увагу:

Кожна з груп має створити колаж, використовуючи вирізки з журналів/газет/фотокартки та маркери. Цей колаж має відображати їх бачення портрета волонтера. Потім кожна з груп проводить презентацію роботи. Тренер підбиває підсумки та визначає найкращу презентацію шляхом відкритого голосування. Переможці отримують призи.

**Інформація для тренера.** Виконання колажу полягає в прикріпленні (приклеюванні) до основи обраного матеріалу (паперу, тканини, дошки тощо) різноманітних матеріалів, що відрізняються від нього за кольором і фактурою відповідно до тематики завдання, яке поставлено тренером у процесі роботи над певною навчальною темою.

Матеріалом для колажу можуть слугувати глянцеві журнали, різноманітні зображення, природні матеріали, фотографії тощо.

Колажування опирається на позитивні емоційні переживання учасників, які пов'язані з процесом творчості.

При виготовленні колажу, як правило, не виникає напруги, пов'язаної з відсутністю художніх здібностей; кожен учасник має можливість проявити власну ініціативу, розкрити своє бачення та залучитися до творчого процесу.

### Тема 5. Модель організації волонтерської роботи (40 хв.)

#### 5.1. Варіант 1

##### Ініціатива ВІЛ-сервісної організації

**Мета:** розглянути та виявити розбіжності в реалізації різних сценаріїв організації волонтерської роботи.

**Метод:** мозковий шторм (проводить тренер та асистент).

**Матеріали:** папір А1 та маркери.

**Хід справи:** кожен із учасників виказує свою думку про особливості роботи з волонтерами у ВІЛ-сервісній організації, яку тренер фіксує на папері (протягом 10 хв.). Приймаються будь-які пропозиції без попереднього обговорення. За необхідності тренер може перепитати, чи правильно він зрозумів думку учасника та записав її на папері.



Після закінчення запису тренер чи його асистент проговорюють всі отримані відповіді, видаляють записи, які дублюються чи не є логічними.

Тренер підводить підсумок та узагальнює особливості організації волонтерської роботи, яка проводиться ВІЛ-сервісними організаціями, та вказує на основні принципи такої роботи.

**Інформація для тренера.** Цей метод тренінгового навчання застосовується як для обговорення всією групою учасників, так і для обговорення в малих групах. Його мета — сформулювати якомога більше ідей на задану тему. Мозковий штурм проводиться у два етапи: на першому етапі формулюють ідеї, на другому — оцінюють.

Перший етап триває зазвичай 5–10 хвилин, протягом яких учасники швидко висловлюють усі ідеї, що спадають їм на думку. Ці ідеї записуються без коментарів та оцінок. Якщо декотрі ідеї повторюються, вони позначаються відповідну кількість разів. На цьому етапі усі думки мають однакову цінність, тому що їх кількість поки що важливіша, ніж якість. Часто буває, що якась одна ідея тягне за собою низку інших.

Другий етап триває зазвичай 10–15 хвилин. На цьому етапі схожі ідеї об'єднуються, обговорюються та оцінюються, а менш вдалі — викреслюються з переліку (за згодою учасників).

Для ефективного мозкового штурму може бути корисним виокремлення ідей за двома типами (ті, що здаються найбільш ймовірними для реалізації, та ті, що здаються найменш ймовірними для реалізації).

Такий розподіл може бути продуктивно використаний для обговорення та оцінювання ідей. Використання найнеймовірніших відповідей спонукає людей розглядати питання з різних точок зору, запроваджувати нестандартний підхід та висувати оригінальні ідеї.



#### **Звернути увагу:**

Стимулювання та вироблення ідей можна виконувати по-різному: наприклад, записати кілька взаємопов'язаних питань з теми обговорення на різних аркушах паперу (аркушах плакатного формату) і розташувати їх на стінах аудиторії. Тоді учасники, пересуваючись по колу між цими аркушами, записують на них свої ідеї.

## **5.2. Варіант 2**

### **Ініціатива громади**

**Мета:** розглянути та виявити розбіжності в реалізації різних сценаріїв організації волонтерської роботи за ініціативи громади (школа, ВНЗ, лікарня, клуби дозвілля, бібліотека тощо).

**Метод:** мозковий штурм (тренери та учасники).

**Матеріали:** папір А4 (для кожного учасника тренінгу) та маркери чи ручки.

**Хід справи:** учасники сидять у колі; кожен із них самостійно обмірковує та фіксує свою думку на листку А4 (протягом 5 хв). По завершенні відведеного часу тренер просить кожного учасника оприлюднити свою думку та прикріпити її в довільній формі на фліпчарті.

Після закінчення прикріплення листків на фліпчарті тренер чи його асистент проговорюють всі отримані відповіді, видаляють думки, які дублюються чи не є логічними. Тренер підводить

підсумок та узагальнює особливості організації волонтерської роботи, яка проводиться за ініціативи громади.

### **Підведення підсумків тренінгу; зворотний зв'язок (30 хв.)**

**Метод:** вправа «Ланцюжок».

**Форма роботи:** робота в колі.

**Хід вправи:** тренер пропонує кожному з учасників (по колу) поділитися враженнями від тренінгу, прокоментувати, що нового він дізнався, чи змінив своє ставлення/сприйняття/бачення. Вказати побажання на наступний день. Тренер вручає першому учаснику яскраву кульку, а той після свого виступу передає її наступному учаснику.

В кінці обговорення тренер підводить підсумки, акцентуючи увагу на всій програмі першого дня.

**Інформація для тренера.** Робота в колі — це навчальний метод, коли вся група обговорює ідеї чи події, що стосуються певної теми.

Робота в колі починається за правилом добровільності і проводиться за певним порядком. Можливо кілька варіантів: коли учасники говорять всі по черзі, по колу, або навпаки — за бажанням або за власної ініціативи.

## **Другий день**

### **Обговорення отриманої інформації протягом першого дня тренінгу (50 хв.)**

#### **А. Робота в колі (20 хв.)**

**Мета:** актуалізувати здобуті знання.

#### **Б. Поглиблення знайомства учасників (30 хв.)**

**Мета:** розвиток групової динаміки.

**Метод:** вправа «Репортер».

**Матеріали:** «мікрофон».

**Хід вправи:** тренер пропонує учасникам довільно стати у дві шеренги обличчям одне до одного, але так, щоб у кожній шерензі було порівну учасників. Таким чином ті учасники, що опинилися навпроти одне одного — утворюють пару. У цій парі кожен з учасників має представити іншого у якості репортера.



#### **Звернути увагу:**

Учасникам можна запропонувати символічний мікрофон (маркер, пляшка, іграшка тощо).

## Тема 6. Підготовка волонтерів до участі у інформаційно-просвітницькій кампанії (120 хв.)

### 6.1. Об'єднання учасників у підгрупи (10 хв.)

**Метод:** вправа «Пошта їде».

**Матеріали:** призи.

**Інформація для тренера.** Способи формування групи. Загалом існує два способи формування груп — для роботи у складі цілої групи та для роботи у складі малих груп. Кожному з них притаманні свої особливості.

На відміну від занять у складі всієї групи, коли люди є переважно пасивними одержувачами інформації, заняття у малих групах передбачає активність учасників, їхню жваву взаємодію один з одним, вироблення ними власних ідей та виявлення творчості в інших формах.

У процесі роботи у складі малих груп доцільно мати двох тренерів: вони зможуть приділити більше часу, допомагаючи кожній групі, і привнести у процес різні особисті якості та досвід, збагачуючи матеріал, який викладають.

Метод малих груп зручний у застосуванні, коли учасникам треба: познайомитися один з одним; переглянути матеріал, представлений на міні-лекції; розв'язати завдання, поставлені тренером; спланувати, як представити інформацію іншим групам у формі рольової гри; навчитися взаємодіяти.



#### Звернути увагу:

Існує чимало способів організації малих груп, кількість людей у яких, зазвичай, коливається від двох до п'яти осіб. Спосіб формування груп залежатиме від виду роботи, яку потрібно буде виконувати. У деяких випадках варто об'єднувати людей за характером професії, наприклад, менеджерів — в одну групу, а освітян — в іншу.

Нижче наведено кілька найбільш поширених способів формування груп, але за умови творчого підходу тренер завжди в змозі вишукати й інші.

1. Учасникам (розташованим у фіксованому порядку — колом, півколом, у лінію тощо) пропонується розрахуватися за порядком (справа наліво або навпаки) самим (або це робить тренер) на таке число номерів, яке потрібно залежно від того, скільки людей має входити до складу кожної малої групи (від двох до п'яти — наприклад, розрахуватися на перший-другий номери, перший-другий-третій тощо). Учасники з однаковими номерами створюють відповідні групи (група номер один, група номер два, група номер три тощо).
2. Групи формуються з учасників (двох, трьох і більше), які сидять безпосередньо поруч один з одним.
3. Учасникам пропонується на вибір низка з кількох питань для обговорення (одного, двох, трьох тощо — за потрібним числом груп), і групи формуються учасниками добровільно за інтересами.

#### Хід вправи:

1. Учасники розміщені по колу. Тренер ставить запитання: «Шановні учасники, я попрошу вас зараз подумати, у яке місто ви б прагли відправити свою пошту». Тренер вибирає перші три міста (наприклад, Київ, Париж, Львів).
2. Усі, по колу, включаючи тренера, називають по черзі ці міста. Таким чином, утворюється три групи.

## 6.2. Групова робота «Розробка моделі залучення волонтерів різних категорій (батьки та члени родини, студенти та старшокласники, освітяни, соціальні працівники)» (80 хв.)

**Мета:** формування знань про особливості кожної категорії волонтерів та механізму їх залучення.

**Метод:** робота в групах.

**Матеріали:** фліпчарт, маркери, ватмани А1 (4 шт.), стікери, клей, ножиці.

**Хід вправи:** учасники об'єднуються у чотири групи (відповідно до попередньої вправи за назвою вибраних міст, куди їде пошта). Кожна група отримує картку з наступними завданнями:

1. Описати особливості волонтерів із числа (1 група — батьків та членів родини, дітей, які живуть з ВІЛ; 2 група — студентів та старшокласників; 3 група — працівників освітніх закладів; 4 група — соціальних працівників).
2. Розробити можливі стратегії залучення вашої категорії волонтерів.
3. Описати місце та роль волонтерів у процесі організації та проведення інформаційно-просвітницької кампанії щодо толерантного ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД.
4. Скласти перелік основних партнерів у цій роботі.
5. Вказати види ресурсів, які необхідно залучити в процесі роботи.
6. Виробити символічний логотип організації волонтерів, яка представляє певну категорію населення.

На виконання кожного із цих завдань відводиться приблизно 10–15 хв. робочого часу. Тренер має попередити учасників про щільність часу на виконання кожного із завдань та за 10 хвилин до закінчення часу знову наголосити на цьому.



### Звернути увагу:

Тренер слідкує за часом аби не допускати затягування часу, інакше буде складно всім підгрупам зробити презентацію у повному об'ємі.

## 6.3. Презентація (40 хв.)

**Мета:** представлення роботи кожної групи щодо особливостей кожної категорії волонтерів та механізму їх залучення до роботи.

**Хід вправи:** кожна із чотирьох груп має вкластися в 10 хв. часу та презентувати свою роботу.



### **Звернути увагу:**

Роль тренера чітко слідкувати за часом, за необхідності задавати питання аби учасники могли повністю розкрити суть своєї роботи.

Тренер підводить підсумки після всіх чотирьох презентацій, узагальнюючи отриману інформацію.

Підсумки цієї вправи дають підстави зрозуміти чи були виконані завдання програми тренінгу і чи достатньо знань засвоїли учасники до практичної роботи у майбутньому.

## **Тема 7. Практичне впровадження моделі залучення волонтерів, залежно від місця роботи/навчання/проживання (150 хв.)**

### **7.1. Зближення учасників (20 хв.)**

**Мета:** розвиток групової динаміки.

**Метод:** вправа «Футболка».

**Хід вправи:** тренер пропонує групі сісти у коло. Потім довільно обирає людину, яка першою буде розповідати, щоб вона намалювала чи написала на футболці сусіда (це має відображати сприйняття цим учасником свого сусіда). Таким чином кожен учасник по колу розповідає сусідові, щоб він написав на його футболці, та отримує зворотний зв'язок від іншого сусіда.



### **Звернути увагу:**

- Стадії групової динаміки найбільш чітко і яскраво проявляються у тривалих тренінгах (два, три і більше днів).
- Групова динаміка активізує кожного під час тренінгової роботи настільки, наскільки він є включеним в цей процес; активність учасника в групі є еквівалентом ефективності його навчання.
- Ефективність розвитку процесів групової динаміки у навчальних тренінгах значно залежить від рівня довіри та згуртованості між учасниками групи та тренера.
- Успішно вирішити всі поставлені завдання навчального тренінгу група може в тому разі, якщо досягне стабільної працездатності групи.

### **7.2. Групова робота «Волонтерська робота: польовий етап» (65 хв.)**

**Мета:** організація практичної роботи волонтерів, залежно від місця роботи/навчання/проживання.

**Метод:** захист проектів.

**Хід вправи:** одна з найбільш ефективних і складних технік тренінгу, яка, зазвичай, використовується наприкінці навчання. Слугує одночасно кільком цілям: закріпленню знань

та інформації, отриманої на тренінгу, узагальненню його результатів, виробленню умінь та технічних навичок застосовувати це на практиці.

Учасники тренінгу, об'єднавшись у малі групи, створюють власні проекти з тематики тренінгу, маючи на увазі реалістичність їх застосування в житті, у власній професійній практиці.

Якщо передбачається, що учасники мають самостійно проводити аналогічні тренінги, то вони можуть розробляти власні програми тренінгу, описувати методику їх проведення. Основні положення проекту, розробленого кожною малою групою, демонструються всій групі у графічному вигляді на фліпчарті.

Один (можливо, два-три) представник малої групи проводить презентацію проекту, відповідає на запитання учасників інших малих груп. Проекти обговорюються, коригуються, піддаються багатосторонньому розгляду у спільній дискусії для подальшого впровадження в життя.

### 7.3. Презентація (65 хв.)

**Мета:** розглянути готовність учасників тренінгу до практичної роботи та виявити рівень набутих знань.

**Метод:** захист проектів.

## Третій день

### Обговорення отриманої інформації протягом другого дня тренінгу (30 хв.)

**Мета:** актуалізувати отримані знання.

**Форма роботи:** робота в колі.

## Тема 8. Якою має бути програма підготовки волонтерів до роботи (60 хв.)

### 8.1. Активізація знань учасників щодо тематики тренінгу (30 хв.)

**Мета:** визначити, що запам'ятали учасники під час тренінгу. Активізувати знання щодо тем, які мають обов'язково фігурувати при підготовці волонтерів.

**Метод:** мозковий штурм.

**Хід справи:** кожен із учасників виказує свою думку про теми, що обов'язково мають фігурувати у програмі підготовки волонтерів до роботи по формуванню толерантності, яку тренер фіксує на фліпчарті (протягом 20 хв.). До уваги приймаються будь-які пропозиції без попереднього обговорення. За необхідності тренер може перепитати, чи правильно він зрозумів думку учасника та записав на фліпчарті.

Після закінчення запису тренер чи його асистент проговорюють всі отримані відповіді, видаляють записи, які дублюються чи не є логічними.

Тренер підводить підсумок, узагальнює та визначає основні теми програми підготовки волонтерів до роботи по формуванню толерантного ставлення до дітей, що живуть з ВІЛ.



## 8.2. Обговорення змісту навчальної програми тренінгу (30 хв.)

**Мета:** визначення тем, які були найбільш зрозумілі для учасників та проведення аналізу з проблематики засвоєння інформаційного матеріалу, його подачі тощо.

**Метод:** дискусія.

**Хід вправи:** кожен із учасників отримує роздруковану програму тренінгу. Тренер пропонує учасникам співвіднести ті теми, що записані на фліпчарті після мозкового штурму, та ті, що увійшли до діючої програми тренінгу (визначити, які з них співпали, а які відрізняються).

Далі, в процесі дискусії, учасники групи визначають, які теми були для них більш цікавими, а які майже не запам'яталися, та коментують свою думку, вказуючи причини.

## Тема 9. Як організувати волонтерів для проведення роботи з формування толерантності (90 хв.)

### 9.1 Активізація знань щодо організації дій з формування толерантності. Обговорення можливих форм та методів роботи (30 хв.)

**Мета:** визначити можливі форми і методи роботи, які зможуть самостійно організувати або провести волонтери після завершення даного тренінгу.

**Метод:** мозковий штурм.

### 9.2. Групові презентації (60 хв.)

**Мета:** закріплення практичних навичок з формування толерантності.

**Хід вправи:** тренер об'єднує учасників у 5 груп. Кожна група має підготувати презентацію на 5–7 хвилин залежно від того методу роботи, який вона отримала під час жеребкування. Таким чином, кожна з груп отримує картку із завданням щодо можливих методів роботи з формування толерантності, де мають бути вказані короткий зміст методу та рекомендації щодо його проведення<sup>7</sup>.



#### Звернути увагу:

Роль тренера полягає у тому, що він має чітко стежити за часом, за необхідності задавати питання, аби учасники могли повністю розкрити суть своєї роботи.

Тренер підводить підсумки після всіх п'яти презентацій, узагальнюючи отриману інформацію.

Підсумки цієї вправи дають підстави зрозуміти, чи були виконані завдання програми тренінгу і чи достатній рівень засвоєння для практичної роботи у майбутньому.

<sup>7</sup> Для підготовки інформаційних матеріалів варто скористатися виданням (ст. 54–75): Формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІДу: особливості підготовки волонтерів: метод. посіб. / Н.Гусак, Н.Дмитришина, Г.Довбах, І.Жарук, А.Зінченко, О.Матіяш, В.Назарук, О.Панфілова, Н.Романова / МБФ «Міжнарод. Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні». – К., 2011. – 128 с.

## Тема 10. Визначення основних понять: стигма, дискримінація, толерантність (90 хв.)

### 10.1. Визначення основних понять: стигма, дискримінація, толерантність (20 хв.)

**Мета:** надати інформацію щодо понять стигма, дискримінація та толерантність.

**Метод:** міні-лекція.

### 10.2. Групова робота (40 хв.)

**Мета:** закріплення знань на розрізнення понять стигми, дискримінації та толерантності. Визначення ознак стигматизуючої, дискримінуючої та толерантної поведінки.

**Метод:** обговорення життєвих історій.

**Хід вправи:** учасники тренінгу, об'єднавшись у малі групи, обговорюють життєві історії, де описано різні випадки толерантної, дискримінуючої або стигматизуючої поведінки. Наприкінці обговорення кожна група має бути готова озвучити основні ознаки кожної з видів поведінки, ілюструючи її прикладами з життєвих історій.

Представник від кожної групи презентує напрацьовані висновки та відповідає на запитання, відповідно, аудиторія надає зворотний зв'язок щодо правильності визначених ознак тієї чи іншої поведінки (дискримінуюча, стигматизуюча, толерантна). Проводиться активне обговорення кожної з життєвих історій.

### 10.3. Вправа «Лялька» (30 хв.)

**Мета:** визначити рівень готовності волонтерів до формування роботи з толерантності у молодіжному середовищі.

**Метод:** творче завдання.

**Матеріали:** лялька (бажано, щоб лялька була схожа на малу дитину).

**Хід вправи:** тренер бере у руки ляльку та пропонує учасникам уявити, що ця лялька — це дитина, що живе з ВІЛ. Кожен з учасників по колу має розповісти (тримаючи ляльку в руках), щоб вони побажали цій дитині та якою вони бачать її майбутнє. Дана вправа показує рівень розуміння учасниками тренінгу поняття толерантності, наскільки вони готові до роботи по формуванню толерантності до дітей, що живуть з ВІЛ.

### Підведення підсумків тренінгу; обмін контактами, вихідне анкетування (25 хв.)

**Мета:** проведення оцінки тренінгу, отримавши зворотний зв'язок від кожного учасника. Зразок вихідної анкети у додатку 2.2.

**Метод:** робота в колі.



### **Звернути увагу:**

Робота завершена, виникає багато емоцій, вражень, позитивних побажань. Проте тренінг не може замінити життя, тому тренеру важливо завершити всі групові процеси і сприяти тому, щоб усі учасники відчували власні досягнення від участі в тренінгу.

Загалом, оцінка сприяє самоаналізу учасників тренінгового процесу, стимулює нові ідеї, допомагає оцінити відповідність між рівнем очікування та рівнем отриманих результатів в учасників.

**Інформація для тренера.** Тренінгові заняття завжди завершуються спеціальними вправами, які спрямовані на завершення групових процесів та отримання зворотного зв'язку від учасників з метою визначення рівня реалізації очікувань учасників.

Для тренера важливо дізнатися, що з виконаного на заняттях було корисним для учасників, що допомогло їм змінити деякі погляди та налаштувало на активну роботу в подальшому.

Ще одним важливим атрибутом тренінгу є обмін контактами між учасниками.

### **Вправа «Долоні» (20 хв.)**

**Мета:** обмін контактами.

**Метод:** творче завдання.

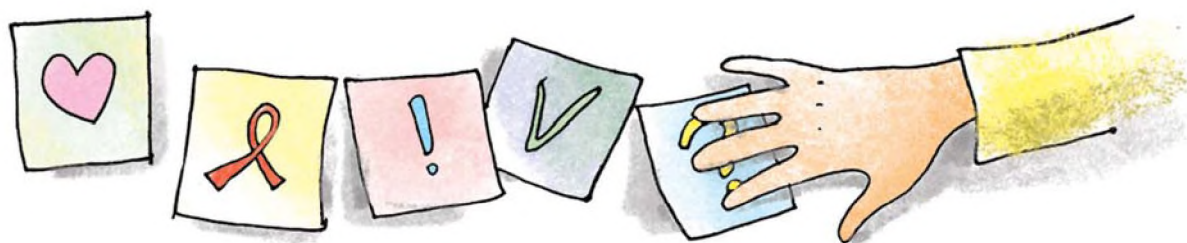
**Матеріали:** аркуші паперу А4, ручки/маркери.

**Хід вправи:** тренер роздає кожному з учасників чистий аркуш паперу А4 і просить прикласти свою ліву долоню та обвести її ручкою. Кожний учасник підписує її, вказуючи або ім'я, або ім'я та прізвище. Тренер разом із учасниками проводить цю вправу. Він починає першим (пише своє ім'я та прізвище) та передає свій аркуш сусіду, а той, зробивши відповідний підпис для нього із побажаннями, — наступному. Варто пам'ятати, що вправа закінчується лише тоді, коли до кожного із учасників повертається саме його аркуш. На час виконання цієї вправи ніхто з учасників не має виходити з кола, а також приєднуватися зовні. Завдання, яке дає тренер для учасників: написати довільно на аркуші сусіда побажання для нього та вказати свої координати.



### **Звернути увагу:**

Найбільш зручний спосіб оцінки, як правило, — це анкетування учасників тренінгу. Зразок вихідної анкети додається.



## Додаток 2

### Інформаційні матеріали до сесії II

## 2.1. Вхідна анкета учасника

### Зразок

1. Вкажіть, будь ласка, чи є у Вас досвід волонтерської роботи? (підкреслити необхідне)

Так

Ні

Не значний

2. Вкажіть причини Вашої участі у цьому тренінгу:

хочу допомагати дітям, які живуть з ВІЛ;

хочу отримати досвід практичної роботи у сфері протидії ВІЛ/СНІД;

прийшов за компанію зі своїми друзями;

у моєму оточенні є діти, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД

інше (вказати, що саме)

3. Вкажіть, чи достатньо у Вас знань щодо проблем людей, які живуть з ВІЛ/СНІД?  
(підкреслити необхідне):

Так

Ні

Не достатньо

4. Які знання Ви хотіли б отримати в процесі навчання?

5. Чи брали ви раніше участь у тренінгах?

Так

Ні

6. Ваші побажання організаторам тренінгу:

**Дякуємо!**

## 2.2. Презентація «Толерантне ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД»

### Формування громадської думки щодо толерантного ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД

#### 1) Поняття толерантності

1995 року Організація Об'єднаних Націй прийняла «Декларацію принципів толерантності» — основоположний міжнародний документ, в якому сутність толерантності визначається як «повага, прийняття та правильне розуміння всієї багатоманітності культури, форм самовияву й прояву». Толерантність — це не поступка, поблажливість чи потурання. Толерантність — це, передусім, активна позиція, що формується на основі визнання універсальних прав та основних свобод людини. Толерантність у жодному разі не може бути виправданням посягання на ці основні цінності. Толерантність повинна виявляти кожна людина, групи людей та держави. Толерантність — це обов'язок сприяти утвердженню прав людини, плюралізму (у тому числі культурного плюралізму), демократії та правопорядку.

*Толерантність* — це поняття, що означає відмову від догматизму і абсолютизму, утвердження норм, закріплених у міжнародно-правових актах у галузі прав людини. Поважання прав людини, виявлення толерантності не означає терпимого ставлення до соціальної несправедливості, відмови від своїх або прийняття чужих переконань. Це означає, що кожен може дотримуватись своїх переконань і визнає таке саме право за іншими. Це означає визнання того, що люди по своїй природі відрізняються зовнішнім виглядом, становищем, мовою, поведінкою і мають право жити в мирі та зберігати свою індивідуальність. Це також означає, що погляди однієї людини не можуть бути нав'язані іншим людям.

Толерантні дії у повсякденному житті можуть проявлятися як повага до інших; позитивна лексика; визнання прав інших; безоціночне прийняття людей; співпраця з іншими на рівних умовах; відмова від домінування та насильства; терпимість до чужих думок, переконань, поглядів тощо.

Серед основних ознак, за якими можна упізнати толерантну людину, виділяють такі:

1. Толерантна людина не ділить світ на «чорних» і «білих», і тому готова вислухати та зрозуміти різні точки зору.
2. Почуття гумору і вміння посміятись над своїми слабкими сторонами — особлива ознака толерантної людини.
3. Почуття толерантності зменшує потребу домінувати і дивитись на людей «згори».
4. Толерантна людина знає і правильно оцінює себе. Її добре ставлення до себе співвідноситься з позитивним та доброзичливим ставленням до інших.

#### 2) Волонтерство

У Законі України «Про соціальні послуги» поняття «волонтер» трактується як фізична особа, яка добровільно здійснює благодійну, неприбуткову та вмотивовану діяльність, що має суспільно корисний характер.

**Волонтерський рух** — добродійна діяльність, яка здійснюється фізичними особами на засадах неприбуткової діяльності, без заробітної плати, без просування по службі, заради добробуту та процвітання спільнот і суспільства в цілому. Людину, яка добровільно надає безоплатну соціальну допомогу та послуги інвалідам, хворим, особам і соціальним групам, що опинилися в складній життєвій ситуації, називають волонтером.

**Волонтерство** це неоплачувана, свідомо добровільна діяльність на благо інших.



Волонтери керуються такими принципами:

- визнають права, закріплені за всіма чоловіками, жінками та дітьми, незалежно від їхньої расової приналежності, віросповідання, фізичних особливостей, відповідного соціального та матеріального становища;
- поважають гідність і культуру всіх людей;
- надають допомогу, безкоштовні послуги особисто або організовано в дусі партнерства і братерства;
- визнають рівну важливість особистих і колективних потреб, сприяють їх колективному забезпеченню;
  - ставлять перед собою мету перетворити волонтерство в елемент особистого процвітання, набуття нових знань і навичок, удосконалення здібностей, стимулюючи для цього ініціативу і творчість людей, надаючи кожному можливість бути творцем, а не користувачем, спостерігачем;
- стимулюють почуття відповідальності, заохочують сімейну, колективну і міжнародну солідарність.

Володимир Полтавець, перший керівник школи соціальної роботи в НаУКМА, вважав, що «волонтери — це такі ж люди, як інші, але трохи кращі».

В Законі України «Про соціальну роботу з дітьми та молоддю» визначено, що волонтерський рух — добровільна, добродійна, неприбуткова та вмотивована діяльність, яка має соціально корисний характер.

## 2.3. Міфи про проблему ВІЛ/СНІД

### Міф 1: ВІЛ можна заразитися від випадкового тілесного контакту

Обійми, поцілунки із закритим ротом, обмін напоїв, використання тренажерів, використання чужого посуду, використання спільного туалету, або коли ВІЛ-інфікована людина кашляє чи чхає не може призвести до поширення ВІЛ. Навіть поцілунок з відкритим ротом або «французький» поцілунок вважається низьким ризиком, тому що слина носить незначний рівень вірусного навантаження. Однак, якщо інфікований партнер або обидва партнери мають у роті відкриті рани або хвороби ясен, то ризик буде вище. Кілька способів, якими ВІЛ може розповсюджуватися:

Незахищений вагінальний, анальний і оральний секс (іноді);  
Спільне використання голки для підшкірних ін'єкцій;  
Під час вагітності, пологів та грудного вигодовування;  
Отримуючи інфікованих донорів рідини, тканини або органу.

### Міф 2: комарі можуть передавати ВІЛ

Комарі не вводять кров інших людей, яких вкусили до цього, наступним своїм «жертвам укусу». І якщо через свою слину вони можуть переносити різні важкі хвороби (наприклад, малярію, жовту лихоманку тощо), то інфекцію ВІЛ — ні, оскільки вона не затримується в організмі комара достатньо довго для того, щоб бути перенесеною через слину.

### Міф 3: Якщо я ВІЛ-позитивний, я буду виглядати погано

Люди можуть бути інфіковані ВІЛ понад 10 років без виражених ознак або симптомів. Протягом багатьох років людина відчуває себе добре, в змозі працювати, як раніше, і не проявляє жодних ознак хвороби. Таким чином, навіть якщо партнер виглядає здоровим, важливо знати його ВІЛ-статус.

### Міф 4: ВІЛ-інфіковані матері не можуть мати дітей

Ризик передачі ВІЛ від ВІЛ-інфікованої матері до майбутньої дитини становить від 15% до 30%. Однак, із запровадженням антиретровірусної терапії, рівень інфікування від матері до дитини знизився до 2–3%.

### Міф 5: ВІЛ — це смертний вирок

Це найбільший міф із всіх існуючих про ВІЛ. Ліки, сучасні програми лікування і правильний спосіб життя дають змогу ВІЛ-позитивним людям жити нормальним, здоровим і продуктивним життям.

### Міф 6. ВІЛ поширюють через голки в місцях скупчення людей: кінотеатрах, дискотеках, транспорті тощо

Час від часу у соціумі поширюються чутки про так звані «уколи інфікованими голками»: по Інтернету досить часто поширюються такі «листи щастя», в газетах також можна зустріти цю сумнівну інформацію, хтось зі знайомих може про це стверджувати (якого начебто чимось вкололи). От тільки одна маленька деталь: за 25 років епідемії не зафіксовано жодного випадку, коли комусь спробували передати ВІЛ таким чином.

Тепер деякі факти. Лікар, випадково вколовшись медичною голкою відразу після зараженого пацієнта, ризикує заразитися з дуже малою ступеню ймовірності — не більше 0,1%.

Або такий факт: більш ніж 90% людей, після отримання позитивного діагнозу на ВІЛ, починають переживати, чи не передався цей вірус від них комусь іншому. Тому про «змови інфікованих» говорити не має сенсу, оскільки це несправедливо по відношенню до людей, які живуть з ВІЛ.

### **Міф 7. У презервативах є дрібні дірочки, які не видно і через які проникає ВІЛ**

Найчастіше, окремі релігійні діячі, а то й просто обивателі, стверджують, що в латексному презервативі є такі маленькі дірочки, які набагато більше розмірів вірусу. Але вільні копії вірусу «плавають» у рідині організму. І вони ніяк не здатні кудись там просочитися або перестрибнути. Презерватив не пропускає рідину, а значить, не пропускає і ВІЛ.

### **Міф 8. Аналізи на ВІЛ часто показують помилковий результат**

Час від часу можна чути фрази про те, що аналіз на ВІЛ може не показувати наявності вірусу ледь не кілька років поспіль. Це невірно. ВІЛ-інфекція може не давати про себе знати тривалий час, це дійсно так. Але тест на ВІЛ дає позитивний результат протягом перших кількох тижнів. Вже через 3 місяці аналіз стає позитивним у 95% людей, у інших цей процес може розтягнутися до 6 місяців.

А ось перший аналіз на ВІЛ дійсно іноді буває неправильний — хибно позитивний. Тому його обов'язково перевіряють іншим аналізом, його так і називають — підтверджувальний, який є більш точний. Тому впадати в паніку через отримання першого результату не потрібно. А от, якщо аналіз іншого типу є теж позитивний — тоді вже лікар ставить діагноз «ВІЛ-інфекція».

## **Вправа «Міфи і факти про ВІЛ/СНІД»**

**Мета:** систематизувати знання про шляхи передачі ВІЛ.

Кожному учаснику роздається перелік тверджень, про які вони мають сказати: правильні чи неправильні ці твердження.

1. ВІЛ — це вірус, що спричиняє СНІД.
2. Можна інфікуватися ВІЛ, випивши зі склянки, якою користувався ВІЛ-інфікований.
3. ВІЛ передається через дружній поцілунок.
4. Можна інфікуватися ВІЛ під час переливання неперевіреної крові.
5. Людина — носій ВІЛ — може інфікувати свого статевого партнера.
6. Вживання алкоголю може підвищити ризик інфікування ВІЛ.
7. Комарі можуть переносити ВІЛ.
8. Використання одноразових шприців може захистити від ВІЛ/СНІД.
9. Використання латексних презервативів під час статевого акту може зменшити ризик інфікування ВІЛ.
10. Прийом протизаплідних таблеток може захистити жінку від інфікування ВІЛ.
11. Можна інфікуватися ВІЛ через сидіння на унітазі.
12. Більшість людей, інфікованих ВІЛ, становлять загрозу для суспільства.
13. ВІЛ — кінцева стадія захворювання на СНІД.
14. СНІД — це респіраторна хвороба.

*Правильні відповіді:*

**Міфи:** 2, 3, 7, 10, 11, 12, 13, 14.

**Факти:** 1, 4, 5, 6, 8, 9.

## 2.4. Що ми знаємо про проблеми людей, які живуть з ВІЛ

### Загальна характеристика ВІЛ-позитивних дітей

ВІЛ-позитивних дітей умовно можна поділити на три групи:

- 1) діти, які не виявляють ознак захворювання (з ними можна працювати на загальних засадах психологічної та педагогічної роботи);
- 2) діти, які перебувають у лікарняних установах або часто відвідують амбулаторні центри;
- 3) діти, які потребують хоспісної допомоги.

Діти, які не виявляють ознак захворювання, почуваються комфортно у звичайних умовах організації свого життя, типових для своїх однолітків (родина, дитячий садок, школа, спілкування з друзями).

Діти, які часто потрапляють до лікарні або користуються послугами амбулаторних центрів, потребують більше уваги в плані організації дозвілля, оскільки через загальний стан здоров'я до них можна застосувати далеко не всі методи та форми роботи.

Діти, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД, перебувають у особливих життєвих умовах:

### Ізоляція

Якщо діти з ВІЛ-статусом рідко бувають на вулиці, практично не мають друзів, часто пропускають школу, не відвідують дошкільні заклади, то це означає, що вони несвідомо або свідомо уникають зовнішнього спілкування. В цьому разі можна говорити про їхню ізоляцію від соціуму. Такий стан у майбутньому може зумовити численні соціальні проблеми, пов'язані з відсутністю навичок адаптації до зовнішнього середовища. Діти також досить часто не здатні розкрити свої почуття і тривоги, тому що батьки забороняють їм розповідати про свій ВІЛ-статус та наказують тримати його в таємниці.

### Страх

Діти бояться, що їхні батьки можуть померти і залишити їх на самоті зі своїми проблемами. Бояться вони ізоляції від суспільства, бо не уявляють собі, яким тоді буде їхнє майбутнє. До того ж, у них є страхи щодо перебігу самої хвороби та її наслідків. Відсутність друзів та дружнього соціального оточення практично позбавляє їх можливості отримувати радість від життя та мріяти про своє майбутнє.

### Повсякденне життя

Діти часто відчують труднощі з прийомом ліків, погано переносять побічні ефекти і можуть відмовлятися приймати їх регулярно. Деяким дітям нерідко доводиться відвідувати лікаря та пропускати уроки в школі, що може стати причиною напружених стосунків з вчителями або вихователями. Діти з ВІЛ та діти, що постраждали від ВІЛ, часто говорять, що хотіли б «бути як інші діти».

### Розкриття статусу

Фахівці вважають, що дитину з ВІЛ варто поінформувати про її статус ще до настання підліткового віку. Найчастіше вважається, що саме вік від 7 до 11 років є ідеальним для розкриття статусу.

*Первинний шок.* Шок — це цілком природна реакція: людина відчуває, як всі її мрії щодо майбутнього руйнуються, і така неочікувана новина приголомшує її. Дитина може розгубитись. Якщо деякі діти зовні ніяк не реагують на новину, то це може означати, що вони ще не усвідомили свого стану. Краще допомогти дитині розібратися в тому, що вона відчуває, та підтримати її в подоланні цих почуттів, але в жодному разі не варто удавати, ніби нічого не сталося.

*Заперечення.* Рано чи пізно настає етап заперечення: його необхідно пережити, але в жодному разі не підтримувати! Це один із способів самозахисту, що його людина використовує, щоб звільнитися від нав'язливих почуттів і думок. Реальність є занадто важкою, тому вона просто відкидається. Якщо від дитини ви чуєте заперечення, важливо діяти дуже обережно, намагаючись створити довірливу атмосферу і обов'язково проаналізувати причини, через які дитина відчуває загрозу або небезпеку для себе. Позитивна, правдива, але в жодному разі не банальна інформація може мати сприятливий ефект у питаннях, пов'язаних із запереченням свого статусу з боку дитини.

*Обурення, гнів.* Цей етап лежить десь між первинним шоком, запереченням і остаточним прийняттям свого статусу. Він починається з глибокого відчуття безпорадності й нещастя. Як наслідок, дитина інколи дратується; її агресивні дії можуть проявлятися в поведінці, яку не завжди готові сприймати батьки. Коли дитина поводить себе агресивно, це означає, що вона намагається боротися з власними тривогами, оскільки вважає, що отримала несправедливе ставлення до себе.

*Депресія.* Це вельми важливий етап, який часто проходить непоміченим. Оскільки на цьому етапі відбувається прийняття ситуації, що склалася, то така депресія показує, що дитина рухається у правильному напрямку. Якщо батьки чи інші дорослі зауважують, що дитина сумує і переживає, то це може означати, що вона починає усвідомлювати ризики, пов'язані з її новим статусом. Саме в цей період дитина має зібратися з силами, щоб упевнено почуватися у майбутньому. Найперше і найголовніше, що варто пам'ятати у такому разі: батьки мають знати про такі депресивні моменти, вміти їх розпізнавати та проявляти інтерес до почуттів дитини, аби вчасно її підтримати та надати необхідну допомогу.

*Прийняття.* Це той період, коли дитина усвідомлює, що її хворобу не можна зупинити або вилікувати. Якщо таке усвідомлення матиме місце, то можна вважати, що для дитини це величезний успіх на шляху до життя з ВІЛ. На цьому етапі дитина має зрозуміти, що її хвороба передбачає певні обмеження і ризики, про які потрібно знати, але не варто брати близько до серця. Відновивши емоційну рівновагу, дитина поступово долучиться до індивідуальної та соціальної діяльності. Приймавши ВІЛ-статус як частину свого життя, вона прагнутиме прожити його повніше: «Що я ще можу зробити, аби добре почуватися й планувати своє майбутнє?».

## 2.5. Презентація «Загальна характеристика різних категорій волонтерів, що можуть працювати з ВІЛ-позитивними дітьми»

### Загальні характеристики різних категорій волонтерів

#### Батьки та члени родини

Категорії	Характеристики
Вік	33–60 років
Наявність вільного часу	Не достатньо (2–4 години на тиждень)
Потенціал до волонтерської роботи	Низький (висока зайнятість + домашні клопоти)
Інтереси групи	Турбота про своїх дітей; бажання спілкуватися з іншими батьками, особливо за наявності спільних інтересів/проблем тощо; бажання знайти нових друзів; бажання бути авторитетними для своїх дітей; бажання зробити щось важливе і корисне; самореалізація; безпечне середовище.
Особливості	Потрібен особливий підхід у навчанні; критичне мислення; важко зібрати у групу; висока зайнятість; переймаються усім, що може впливати на їхніх дітей; часом піддаються забобонам і стереотипам; часто вирізняються консервативністю.
Можливі ризики	Можливі регулярні перерви з різних причин у волонтерській діяльності; професійне вигорання.

#### Медики

Категорії	Характеристики
Вік	22–65 років
Наявність вільного часу	Достатньо, оскільки можуть працювати волонтерами під час виконання службових обов'язків
Потенціал до волонтерської роботи	Середній (залежить від віку, зайнятості)
Інтереси групи	Постійне підвищення кваліфікації (знань); «Вживання»; повага й авторитет у колективі; авторитет серед населення (пацієнтів); бажання зробити щось важливе і корисне; самореалізація, самовдосконалення.
Особливості	Особливий підхід до навчання; медична освіта; залежність від графіку роботи; безпосередній контакт з дітьми та дорослими.
Можливі ризики	Скептичне ставлення до волонтерства; бюрократичні процедури; професійне вигорання.



Вчителі шкіл та позашкільних закладів, викладачі навчальних закладів

Категорії	Характеристики
Вік	26–60 років
Наявність вільного часу	Не достатньо (4–6 годин на тиждень), проте мають постійний доступ до дітей.
Потенціал до волонтерської роботи	Середній (залежить від завантаженості, віку і стажу роботи)
Інтереси групи	«Виживання»; професійне зростання; лідерство; прагнення бути в курсі нових тенденцій; авторитет і повага в колективі; авторитет і повага серед дітей; бажання зробити щось важливе і корисне; самореалізація, самовдосконалення.
Особливості	Потрібен особливий підхід до їхнього навчання (можуть критично ставитися до тренера); часто консервативні погляди (особливо у середнього та старшого віку) і підходи; безпосередній контакт з дітьми на робочому місці.
Можливі ризики	Скептичне ставлення до волонтерства; бюрократичні процедури у школі; професійне вигорання.

Студенти та учні старших класів загальноосвітніх шкіл

Категорії	Характеристики
Вік	13–24 роки
Наявність вільного часу	Достатньо (6–8 годин на тиждень)
Потенціал до волонтерської роботи	Високий (легко йдуть на контакт)
Інтереси групи	Зацікавлені у груповій роботі з однолітками та спілкуванні; бажання набути нових знань, досвіду, навичок; прагнення знайти нових друзів, займатися чимось важливим і корисним, знайти себе;
Особливості	<i>Для студентів:</i> Легко навчаються; критичне мислення; достатньо самостійні; найбільше віддають часу волонтерству в періоди між сесіями; ініціативні; не люблять бюрократії. <i>Для учнів шкіл:</i> потрібно отримувати дозвіл батьків на волонтерську роботу; можлива швидка зміна мотивацій до роботи; потребують значної уваги з боку супервізорів; легко піддаються впливу.
Можливі ризики	<i>Для студентів:</i> Не завжди розповідають про свої невдачі; при невдалому керівництві кидають волонтерську роботу; можуть відмовитися від волонтерства, знайшовши оплачувану роботу. <i>Для учнів шкіл:</i> опір батьків; швидка втрата інтересу до роботи; образи чи непорозуміння з однолітками.

## 2.6. Зразок анкети волонтера

Прізвище: \_\_\_\_\_

Ім'я: \_\_\_\_\_ По-батькові \_\_\_\_\_

Контактний телефон: \_\_\_\_\_

Електронна адреса: \_\_\_\_\_

**1. Ви працюєте?** 1) так 2) ні

а) Якщо Ви відповіли «так», заповніть наступні пункти:

назва організації: \_\_\_\_\_

посада: \_\_\_\_\_

б) Якщо Ви відповіли «ні», позначте, будь ласка, ким ви є:

1. Школяр.

2. Студент.

3. Безробітний.

4. Пенсіонер.

5. Інше (дopiшіть) \_\_\_\_\_

**2. Чи є у Вас волонтерський досвід?**

1) Так 2) Ні 3) Важко відповісти

Якщо так, напишіть, будь ласка, чим Ви займались: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**3. Чому Ви хочете працювати волонтером?**

Я хочу чимось займатися;

Я хочу зустрічатися з людьми;

Я хочу боротися за щось особливе;

Я хочу робити це для мого особистого задоволення;

Я хочу розвинути нові навички;

Я хочу допомагати людям, які цього потребують;

Я хочу набути досвіду;

Інше (дopiшіть) \_\_\_\_\_

**4. Ваші інтереси, хобі?** \_\_\_\_\_

## 5. Коли б Ви могли приділити час волонтерській роботі?

	Понеділок	Вівторок	Середа	Четвер	П'ятниця	Субота	Неділя	Будь-який день
Ранок								
День								
Вечір								

Що може обмежувати Вашу волонтерську діяльність (місце розташування, транспорт, стан здоров'я тощо)? \_\_\_\_\_

**Дата народження:** \_\_\_\_\_

### **Ваша освіта:**

- 1) початкова;
- 2) навчаюся у школі;
- 3) середня;
- 4) середня технічна;
- 5) навчаюся у коледжі;
- 6) студент університету (вказіть факультет) \_\_\_\_\_
- 7) вища (вказіть назву ВНЗ та спеціальність) \_\_\_\_\_
- 8) інше (допишіть) \_\_\_\_\_

**Дата заповнення:** \_\_\_\_\_

**ДЯКУЄМО ЗА ВАШІ ВІДПОВІДІ!**

## 2.7. Що забезпечує успіх у співпраці з волонтерами

### Складові успіху співпраці з волонтерами

**Атмосфера в організації.** Усі люди вимагають поваги до себе, до своїх думок, рівності, толерантності, взаємодопомоги. Чи зможуть волонтери це відчути в організації? Навіть якщо волонтери рідко з'являтимуться в офісі (на семінарах, зборах, за літературою), все одно вони відчуватимуть загальну атмосферу і ставлення до себе з боку офісних працівників або своїх колег, інших волонтерів.

**Статус організації.** Волонтерам хочеться, аби організація справді була корисною суспільству (і це можна було б побачити), її ім'я було відоме в громаді, щоб офіс був розташований в легкодоступному місці і мав на озброєнні все необхідне для роботи (меблі, оргтехніка, інформаційні ресурси). Волонтери повинні відчути, що волонтерська допомога тут справді доречна.

**Організація роботи.** Це те, на що найменше звертають увагу організації, думаючи, що все якось саме організується. Тут власне йдеться про систему роботи, яка описує усі процеси, пов'язані з першим візитом волонтера в організацію і аж до завершення стосунків. Незалежно від того, хто ініціює проект з формування толерантного ставлення до ВІЛ-позитивних дітей і де (школа, університет, лікарня), потрібно усе продумати до дрібних деталей.

### Зразок картки волонтера

ПІБ волонтера	
Опис обов'язків та завдань діяльності волонтера	
Підзвітність	
Основні вимоги до навичок, особистісних якостей волонтера	
Освіта (основна, додаткова)	
Контактна інформація	

## 2.8. Міні-лекція «Як розпочати роботу з волонтерами?»

### **Перший етап самоорганізації: формування ініціативної групи**

Організація групи починається з кількох чоловік, які готові займатися запропонованими видами діяльності. Як тільки ініціативна група усвідомила себе як спільноту зі спільними інтересами, то вона може спільно виконувати завдання наступного характеру:

#### **Формування активу групи**

Неформальні соціальні зв'язки спільноти досить активно використовуються для охоплення профілактичними послугами. Якщо у випадку надання послуг не виникає необхідності формувати дружні відносини, симпатію між клієнтами, то у разі формування активу ініціативної групи без таких стосунків не обійтися. Для участі у зустрічах групи приходять також не за оголошенням, а разом з кимось. Більшість ініціативних груп були створені на основі сервісних організацій. Хтось із соціальних працівників ставав основою для подальшої роботи ініціативної групи.

#### **Вивчення ситуації в спільнотах силами самих спільнот**

Для багатьох ініціативних груп проведення однієї фокус-групи з оцінки ситуації ставало стимулом для подальшої продуктивної роботи. Для групи волонтерів важливим об'єднуючим фактором може бути, наприклад, обговорення інформації про масштаби проблеми передачі ВІЛ-інфекції від матері до дитини на рівні конкретного міста чи області, можливі ризики інфікування ВІЛ для самих волонтерів або їхніх друзів чи знайомих.

#### **Інформування цільової аудиторії про роботу групи**

Саме інформація про наявність такої групи у місті, місце і графік зустрічей притягує представників спільноти, які не тільки готові до особистих змін поведінки, але і до надання допомоги іншим.

#### **Вироблення цілей та спільного бачення**

Рішення зазвичай приймаються колегіально, на загальних зборах команди. При цьому наявність сильного лідера команди, що користується авторитетом — запорука успіху групи. В організаціях більш професійних, рішення приймаються на кожному рівні окремо, по ієрархічній драбині. Можливо, саме система прийняття рішень може стати одним з показників відмінності організації спільноти від професійної сервісної організації за участі представників уразливих груп.

#### **Регулярні зустрічі групи в безпечному місці**

Саме можливість збиратися в безпечному та «дружньому» приміщенні для більшості маргінальних (у тому числі уразливих до ВІЛ) груп стає формотворчою. Для волонтерів, які працюють в організації, спільне, «обжите групою» приміщення дає можливість упоратися зі стресом, відчути себе безпечно.

### **«Акції для підйому бойового духу»**

Підготовка і участь у різноманітних заходах, спрямованих на зміну соціального середовища. Серед таких видів діяльності найчастіше називають наступні: випуск спеціалізованого інформаційного матеріалу про свою групу і для своєї спільноти або для клієнтів організації; проведення дискусійних клубів з запрошенням широкого кола учасників з числа співтовариства (наприклад, ЛГБТ-організації Києва та інформаційно-освітній центр «Жіноча Мережа»); організація свят і подій для представників цільової групи.

### **Спільне дозвілля**

Проведення спортивних ігор, спільні виїзди на «пікніки», походи вихідного дня, екстрим-тури. Подібні форми згуртування команди дуже важливі особливо на перших етапах розвитку ініціативної групи, коли формується спільнота.

### ***Ключові сфери надання підтримки та навчання представників ініціативних груп з числа уразливих до ВІЛ спільнот:***

Виявлення лідерів у процесі проведення груп самодопомоги для представників спільноти.

Наставництво для лідерів з числа спільноти.

Надання безпечного, безкоштовного приміщення.

Навчання проведенню оцінки ситуації та планування.

Тренінги з мотивації і формування команди.

Тренінги з формування ідентичності.



## 2.9. Міні-лекція «Як розвивати волонтерську діяльність?»

Саме ініціативна група виконує основні функції, які пов'язані із розвитком волонтерської діяльності в організації, та поступово визначає ролі та функції кожного з її членів.

### **Основні завдання ініціативної групи на даному етапі:**

1. Конкретизація цілей та завдань команди.
2. Розподіл ролей та функцій у команді.
3. Формалізація членства, визначення меж і ступеня закритості групи.
4. Розробка етичних і правових норм у групі.
5. Структуризація зовнішніх партнерських відносин як з ВІЛ-сервісними, так і з іншими організаціями і такими ж волонтерськими групами.
6. Реєстрація організації.
7. Забезпечення матеріально-технічної бази.

### **Проблеми, з якими можуть зіткнутися ініціативні групи на даному етапі:**

Складнощі з розподілом обов'язків і можливостями делегувати повноваження лідера.

Узурпація влади та відсутність урівноваженої структури.

Неготовність членів спільноти вкладати особисті ресурси для виконання цілей організації (тимчасові і соціальні ресурси, членські внески). Саме можливість невеликих особистих внесків від членів спільноти часто є важливим критерієм життєвої необхідності такої групи / організації.

Проблеми з реєстрацією організації, що займається захистом прав маргінальних груп.

Низький рівень професійної готовності до вирішення юридичних та організаційно-управлінських завдань.

Відсутність «спікерів» спільнот на місцях. Говорити про свою ініціативну групу перед НУО, державними чиновниками, пресою — це значить виходити в світ, як представник тієї чи іншої маргінальної, стигматизованої групи. Готовність до такого саморозкриття є не у всіх лідерів ініціативних груп, вона може сформуватися в процесі створення організації. Водночас голос фахівців-професіоналів не завжди сприймається як об'єктивне бачення картини самим співтовариством.

Робота з закритими групами. Для багатьох груп, особливо ЖСБ, ЛГБТ, актуальне питання — чи пускати до групи «чужих».

Таким чином, при подальшій підтримці та налагодженні продуктивної співпраці, група волонтерів може стати окремою командою з окремими завданнями в рамках існуючих організацій.

**Основним механізмом такого перетворення є наступні ключові чинники:** формування групової ідентичності (почуття «ми», «самоназва»); процес колективного цілепокладання і планування; навички колективного прийняття рішень щодо використання загальних ресурсів; розподіл ролей і завдань відповідно до бажань, здібностей та зон індивідуального розвитку членів групи; система визначення та контролю за виконанням колективних норм у рамках групи / спільноти.

## 2.10. Презентація «Залучення волонтерів до роботи з дітьми, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД»

Ключові результати мобілізації спільноти

Розвиток спільноти як МЕТА: потенційний розвиток спільнот/вплив на політичні рішення	Розвиток спільнот як ЗАСІБ: потенційний вплив на здоров'я й рівень охоплення послугами
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Реалізація права</b> — це не «просто гарна справа», це допомагає людям реалізовувати свої права на прийняття рішень щодо свого власного розвитку й здоров'я.</li> <li>• <b>Застосування політичного тиску</b> — спільноти можуть застосовувати це з метою зміни недіючих та неефективних місцевих, національних або міжнародних політик і впровадження нових.</li> <li>• <b>Посилення потенціалу громадянського суспільства/успішного управління</b> — мобілізовані спільноти формують громадянське суспільство країни, а потужне громадянське суспільство відіграє важливу роль у розвитку країни, нарівні з урядом і бізнес-сектором. Коли всі три сектори кооперуються для досягнення мети розвитку, це й називається «успішним управлінням».</li> <li>• <b>Розвиток потенціалу й спільноті</b> — мобілізація спільноти може привести до поліпшення розповсюдження знань і ресурсів усередині й поза співтовариствами (наприклад, шляхом навчання жінок самостійно контролювати коли, з ким і як займатися сексом).</li> <li>• <b>Посилення потенціалу спільноти для розвитку</b> — мобілізація спільноти повинна сприяти тому, щоб у спільноті з'явилися нові ресурси з ВІЛ/СНІД, навички, знання й лідерство (наприклад, щоб вони знали, як планувати й керувати проектом), при цьому ці навички також повинні бути застосовувані для розв'язання інших проблем розвитку спільноти.</li> <li>• <b>Збільшення соціального капіталу</b> — тут мова йде про рівень взаємної довіри усередині спільноти; чим більше довіри, тим ефективніше вони зможуть працювати один з одним. Мобілізація спільноти виступає дуже ефективним способом збільшення соціального капіталу.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Необхідність у діяльності для боротьби з ВІЛ/СНІД</b>, тому що спільноти дізнаються більше про свої потреби, пов'язані з ВІЛ/СНІД.</li> <li>• <b>Розширення доступу спільноти до послуг сфері ВІЛ/СНІД</b>, тому що спільноти можуть заявити про проблеми доступу до існуючих послуг, а також почати надавати нові послуги для розширення доступу для всіх.</li> <li>• <b>Розширення діяльності в сфері ВІЛ/СНІД</b> — участь спільнот у процесі надання послуг може допомогти розширити послуги (наприклад, волонтери які надають послуги з догляду вдома).</li> <li>• <b>Збільшення ефективності послуг і діяльності в сфері ВІЛ/СНІД</b>, тому що спільноти самі беруть участь у їхньому плануванні, а відтак їхні потреби максимально враховуються.</li> <li>• <b>Мобілізація додаткових ресурсів для відповідних дій</b>, тому що в процесі співробітництва спільноти з іншими організаціями, члени спільноти не тільки вкладають власний час і ресурси, але й навчаються отримувати зовнішні ресурси.</li> <li>• <b>Охоплення самих уразливих груп</b> — часто, із завданням віднайдення й охоплення найбільш уразливих і маргіналізованих груп населення (наприклад, молоді, працівників комерційного сексу, чоловіків, що мають секс із чоловіками, споживачів ін'єкційних наркотиків) у тій або іншій географічній місцевості спільноти справляються краще всіх, а якщо члени спільноти самі є частиною тих або інших груп, то вони найчастіше зможуть працювати з ними набагато ефективніше, ніж будь-які державні програми.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Зниження рівня інфікування ВІЛ</b> — доведено, що в спільнотах з високим рівнем соціального капіталу кількість випадків інфікування ВІЛ знижується, а також спостерігається високий рівень використання презервативів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Адресні впливи на непрямі причини, які впливають на проблему ВІЛ/СНІД</b>, такі як ґендер, стигма й дискримінація, що вимагають розуміння особливостей спільноти, того, що державні служби або зовнішні організації можуть не мати.</li> <li>• <b>Посилення почуття відповідальності й стабільності спільноти</b>, що досягається через особисту участь у плануванні й здійсненні послуг і діяльності в сфері ВІЛ/СНІД — все це сприяє тому, щоб у спільноті зростало почуття відповідальності за тривалість діяльності й послуг у майбутньому з мінімальним залученням зовнішньої підтримки.</li> </ul>
---	--

Отже, для налагодження ефективної системи роботи з волонтерами, потрібно зробити наступні кроки.

### **Крок 1. Прийняття рішення щодо залучення волонтерів**

Штатні працівники (до штатних ми відносимо працівників, які працюють в організації на платній основі) повинні чітко розуміти, хто такі волонтери, бачити їхню роль і місце у своїй організації, а також бути готовими координувати роботу волонтерів у своїх підрозділах, проєктах, програмах тощо. Для цього потрібно презентувати їм ідею волонтерської програми, обговорити її та провести тренінг (семінар) з управління діяльністю волонтерів.

*Можливі наслідки в разі ігнорування подібних дій:* деякі працівники можуть думати, що волонтери — це люди, які складуть їм конкуренцію, що змушуватиме їх усіляко заважати впровадженню волонтерської програми. Подекуди штатні працівники намагатимуться перекласти частину своїх прямих обов'язків на плечі волонтерів, особливо, за відсутності безпосереднього керівника волонтера. Такі випадки притаманні організаціям, де волонтери працюють в офісі, і фактично відсутні там, де волонтери працюють за межами офісу.

### **Крок 2. Призначення керівника (координатора) волонтерської програми/проєкту**

Для ефективної роботи варто обрати людину, яка зможе взяти на себе відповідальність за все, що пов'язано з роботою волонтерів в організації. Досвід показує, що такою людиною має бути штатний працівник, до посадових обов'язків якого додається ще й координація волонтерської програми. Власне, на плечі керівника волонтерської програми лягають створення та координування цієї програми. Щодо освіти та персональних якостей такої людини, то варто відзначити вміння працювати з людьми та такі риси, як комунікабельність, толерантність, терпіння та лідерство. Не обійтися керівникові без знань про специфіку дітей з позитивним ВІЛ-статусом, їхні проблеми та потреби, бо це дасть йому змогу чітко уявляти, як побудувати роботу команди волонтерів.

*Можливі наслідки у разі ігнорування подібних кроків:* хаос, ніхто нічого не знає, ніхто ні за що не відповідає. Волонтери в такій організації не працюватимуть. У випадку з волонтерським проєктом — волонтери не знатимуть, до кого звертатися по допомогу, якщо вона знадобиться в процесі їхньої роботи.

### **Крок 3. Розробка обов'язків волонтерів**

Відразу варто зазначити, що цей крок є необхідним для волонтерів, яких організація залучає для надання послуг чи роботи в офісі. Для волонтерського проекту з формування толерантного ставлення до ВІЛ-позитивних дітей посади не розробляються.

З метою уникнення непорозумінь та ефективної організації діяльності волонтерів необхідно продумати напрямки роботи та обов'язки. Ця процедура робиться спільно у колективі, оскільки обговорюються ті проблеми, які справді складно вирішити без допомоги волонтерів. Формування толерантності, власне, є одним із тих завдань, які можна виконати лише за допомогою великої кількості носіїв інформації.

Обов'язки штатних працівників та волонтерів відрізняються за змістом, але за формою вони схожі. Однак, потрібно мати на увазі, що волонтери, як правило, не працюють повний робочий день — вони самі визначаються з часом роботи. Крім цього, необхідно зважити на те, що, погодившись виконувати волонтерську роботу, людина розраховує, що цей час проведе ефективно та змістовно. Тому важливо продумати мету, завдання і зручний режим роботи (наприклад, працювати ввечері, вдома тощо).

Керівникові групи волонтерів важливо мати необхідну інформацію про кожного зі своїх підлеглих. Для цього необхідно розробити картку волонтера та зібрати певну інформацію (зразок анкети волонтера див. у додатку 3). Питання до картки потрібно складати з врахуванням специфіки роботи чи напрямків діяльності. Поступово в організації формується картотека волонтерів, якою можна скористатися залежно від потреб.

При формуванні толерантного ставлення до ВІЛ-позитивних людей, необхідно брати до уваги такі потенційні ризики:

- неадекватну інформацію з боку волонтера (тобто свою інтерпретацію почутого на семінарах/ тренінгах), перебільшення, залякування, маніпуляції тощо;
- неадекватне сприйняття громадськістю інформації, наданої волонтером, і, як наслідок, неадекватна реакція, поведінка.

*Можливі наслідки у разі ігнорування подібних кроків:* уявіть собі ситуацію, коли волонтери довгий час, склавши руки, чекають на те, аби їм дали можливість працювати або підготували для них необхідний для роботи майданчик, матеріали, приміщення тощо. За таких умов їхня робота втрачає актуальність і ефективність, а йдеться про допомогу дітям, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД! Нехтування ймовірними ризиками може зашкодити репутації організації та завдати матеріальних збитків тощо.

### **Крок 4. Складання портрету потенційного волонтера**

Якщо вже готові завдання для волонтерів, то потрібно уявляти, хто і чому захоче їх виконувати. Інакше кажучи, акцент варто зробити на мотивації до волонтерської роботи взагалі і до роботи над формуванням толерантного ставлення до ВІЛ-позитивних дітей зокрема. Для цього потрібно відповісти на кілька запитань:

- 1) Кому буде цікаво виконувати запропоновану роботу? Чи це молодь, чи люди поважного віку, чи це студенти якихось профільних факультетів, чи люди з досвідом? Чи для роботи в офісі, чи для надання послуг потрібні волонтери з певними навичками чи досвідом, для формування толерантного ставлення.
- 2) Чому волонтерам буде цікаво виконувати дану роботу? Що саме їх спонукатиме до організації чи проекту?

Необхідно чітко знати весь перелік можливих мотивів волонтерської роботи, щоб пропонувати волонтерам реалізувати їх в організації. У кожного волонтера є свій індивідуальний набір мотивів, який потрібно розглядати у динаміці, бо він увесь час змінюється. Ключові

типи особистої мотивації до участі в життєдіяльності спільнот, громади, а також у волонтерському русі можна структурувати, використовуючи відому піраміду А. Маслоу:

### **1. Безпека**

Правлячи за складову так званої піраміди основних потреб людини, потреба у безпеці передбачає необхідність відчувати стабільність і передбачуваність світу, наявність сильних захисників, порядку, структури, певних правил, гарантій тощо. Реальний світ, що стигматизує людей, яких зачепила проблема ВІЛ/СНІД, а часто і тих, хто їм допомагає, не може дати відчуття безпеки. Саме тому дуже важливо в рамках роботи з командою волонтерів сформувати відчуття взаємної підтримки.

### **2. Підтримка від групи**

Передбачає потребу в безумовному прийнятті, любові, теплих дружніх стосунках, відчутті приналежності до сім'ї, колективу, групи тощо. Щоб задовольнити цю потребу, люди часто йдуть у громадські центри, на тренінги, групи взаємодопомоги. Часто цей мотив є рушійною силою волонтерства.

### **3. Влада і можливість керувати своїм життям**

Чимало активістів та лідерів приходять у волонтерство, щоб реалізувати свою потребу у владі. Цю потребу можна розглядати у кількох ракурсах:

- потреба у самоповазі, відчутті власної компетентності, незалежності, могутності та свободи;
- потреба у зовнішньому визнанні, престижі, високому статусі, високій оцінці оточуючими досягнень та особистості тощо;
- потреба керувати, впливати на процеси, які стосуються особистості та людей довкола неї тощо.

### **4. Самоактуалізація та особистісний зріст**

Дана потреба проявляється, як правило, у прагненні актуалізувати та використовувати усі можливості організму та особистості. Актуалізація починається з усвідомлення свого місця та призначення, розуміння своїх можливостей та напрямків розвитку. Часто участь в ініціативних групах та волонтерстві дає людині сильний поштовх до пошуку зони свого особистісного розвитку.

### **5. Професійний розвиток**

Це різновид потреби в самоактуалізації, спрямованої на допомогу людям у тих ситуаціях, які потребують активного втручання з боку соціального оточення. Крім цього, волонтерство дає можливість розвинути або вдосконалити свої професійні знання та навички.

## **Крок 5. Залучення волонтерів**

Попередні кроки відбувалися без волонтерів, і лише на цьому кроці заплановані зустрічі з потенційними волонтерами. Для того, щоб ця зустріч відбулася, потрібно подумати про можливі способи залучення волонтерів і підготувати ключові повідомлення для них.

У технічному плані можна скористатися трьома різними способами залучення:

- 1) *Набір новачків* (для набору на різноманітні акції, одноразові заходи, де не важливі навички і кваліфікація, а важлива кількість волонтерів). Методами залучення можуть бути, приміром, плакати, листівки, виступи перед аудиторіями, ролики на місцевому радіо, телебаченні.
- 2) *Цілеспрямований набір* (наприклад, для виконання специфічних завдань). Методи залучення: оголошення, презентації у місцях найбільшого скупчення людей з необхідними навичками. Важливо при цьому акцент на тому, що потенційний волонтер отримає за



свою роботу, тобто чи відбудеться задоволення його мотивації. Якщо волонтери залучаються до надання послуг дітям з позитивним статусом, то важливо запропонувати їм пройти відповідне навчання (в т.ч. і на тренінгах, семінарах тощо), що дасть їм змогу набутися професійного досвіду і опанувати новими навичками.

- 3) *Набір за принципом концентричних кілець* (для набору на одноразові заходи та для виконання специфічних завдань). Особливістю даного способу є прохання найближчого оточення поширити інформацію про потребу організації у волонтерській допомозі, коли діятиме принцип снігової кулі — «почув — передай далі». Часто цей метод дає лише старт, бо його успіх важко передбачити.

## **Крок 6. Підготовка волонтерів до роботи**

На цьому етапі основним завданням координатора волонтерської програми/проекту є представлення волонтерам своєї організації та діяльності, яку вони мають виконувати. План першої зустрічі з волонтерами необхідно ретельно продумати та підготувати.

### **Орієнтовний план підготовки та проведення першої зустрічі з волонтерами**

- 1) Підготовка до зустрічі. Необхідно продумати місце для зустрічі, підготувати інформацію щодо організації та проекту/акції, до яких залучаються волонтери, включаючи буклети, брошури, альбоми тощо. Крім цього, необхідно скласти перелік запитань для потенційних волонтерів і невеличку анкету, в якій фіксуватимуться контактні дані та перелік видів діяльності, які зможе виконувати конкретний волонтер.
- 2) Проведення зустрічі. Зустріч має відбуватися у вигляді діалогу і, в жодному разі, не монологу будь-кого з учасників зустрічі. Під час зустрічі потрібно провести презентацію діяльності організації, конкретного проекту, почути інформацію від волонтерів, отримати відповіді стосовно їхньої мотивації щодо роботи, дізнатися про професійні навички та можливий досвід роботи тощо.
- 3) Завершення зустрічі. Завдання керівника волонтерської програми/проекту — отримати позитивну відповідь від волонтерів на пропозицію щодо їхньої участі, але варто дати їм час для роздумів. Обов'язково слід «озброїти» майбутніх волонтерів координатами контактної особи від організації, домовитися з ними про наступну зустріч, розказати про алгоритм подальших дій тощо.

Процес орієнтації волонтера в проблемі зводиться до його відповідей на кілька базових питань:

- 1) Чому я хочу тут працювати? По суті, відповідь на це запитання можна отримати на першій зустрічі.
- 2) Яким чином я тут працюватиму? Це дуже важливе запитання, бо потрібно пояснити людині, яку роботу вона виконуватиме та її обов'язки; вказати особу, яка буде керівником програми чи проекту; провести інструктаж, навчання (за потреби); забезпечити необхідними інструментами (наприклад, канцелярське приладдя, оргтехніка, форма) тощо.
- 3) Чи зможу я вписатися у цей колектив? Не менш важливе запитання, оскільки від позитивної чи негативної відповіді залежить подальша робота волонтера.

*Можливі наслідки у разі ігнорування подібних кроків:* волонтери не матимуть повного уявлення щодо організації, проекту, акції, до яких вони залучатимуться, а також команди волонтерів, з якими їм доведеться співпрацювати. Своєю чергою, координаторові проекту бракуватиме повної інформації щодо кількості волонтерів, їхніх особливостей та мотивації тощо.

## **Крок 7. Координація та моніторинг роботи волонтерів**

Координатор волонтерської групи від організації повинен регулярно моніторити діяльність волонтерів, отримувати від них зворотний зв'язок щодо виконуваної діяльності, складнощів, перешкод, необхідної допомоги тощо. Для цього варто надати волонтерам інформацію стосовно можливості отримання таких бесід чи консультацій. Однак, це не означає, що в будь-який інший час волонтер не може звернутися до вас із питанням/проблемою. Крім цього, якщо волонтери залучені до програми/проекту на довгий термін, варто регулярно проводити координаційні зустрічі з метою інформування волонтерів щодо їхніх успіхів або труднощів, для визнання їх праці тощо. Важливо налагодити канали комунікації з волонтерами (приміром, у вигляді інформації про регулярні робочі зустрічі раз чи два рази на місяць, включення до електронних розсилок або зустрічей з керівником волонтерської групи щотижня), щоб можна було постійно спілкуватися з ними, чи надсилати потрібні матеріали.

*Можливі наслідки у разі ігнорування подібних кроків:* можуть проявитися потенційні ризики. Крім цього, через невизначеність та неузгодженість дій волонтерів може бути паралізована робота організації взагалі.

## **Крок 8. Визнання праці волонтерів**

Будь-яка робота має свою ціну. Штатні працівники мають за це заробітну плату, а волонтери — задоволення своєї мотивації. Однак, якщо дбати про те, щоб волонтери залишалися в проекті якнайдовше, то варто подумати і про іншу винагороду. Для цього потрібно бути креативними та ініціативними.

Прикладами винагород можуть бути:

- *Формальна винагорода* — участь у тренінгах та навчанні, нагороди, сертифікати, медалі, подяки та офіційні обіди чи прийоми на честь досягнення волонтерів, згадки у друкованих матеріалах (статті, підручники, буклети, брошури, календарі тощо), рекомендації, номінації на різноманітні конкурси (наприклад, «Волонтер року») тощо.
- *Неформальна винагорода* — вечірки, святкування днів народження, пікніки, спільні походи у театри, кінотеатри тощо. Особливою винагородою для волонтерів буде посмішка дітей, заради яких вони працюють, а також зміна поглядів громади, що фактично буде прямим результатом їхньої діяльності.

*Можливі наслідки у разі ігнорування подібних кроків:* часто організації звикають до волонтерів і ставляться до них як до штатних працівників, що нерідко зумовлює втрату інтересу з боку волонтерів до роботи і до організації.



## 2.11. Модель організації волонтерської роботи

### **Загальні підходи до організації волонтерської діяльності.**

Почати варто з відповідей на два фундаментальні питання:

- 1) Для чого вони (волонтери) нам потрібні?
- 2) Чи готові ми з ними працювати?

Розглянемо відповіді на ці запитання для двох можливих сценаріїв:

- 1) ВІЛ-сервісна організація, як юридична особа, залучає волонтерів для виконання своєї місії;
- 2) будь-яка організація створює волонтерський проект з метою формування толерантного ставлення до ВІЛ-позитивних дітей.

Ці сценарії відрізнятимуться між собою.

### **Для чого потрібні волонтери? ВІЛ-сервісна організація**

Спектр послуг, який може очікуватися від волонтерів, є досить широким. Це може бути як безпосередня робота з ВІЛ-позитивними дітьми (тоді потрібні волонтери з професійними навичками, наприклад: соціальні працівники, медичні працівники, педагоги, соціальні педагоги, правники тощо), так і офісна робота, як от: створення друкованих матеріалів, написання статей, робота зі ЗМІ, переклад матеріалів з іноземних мов, допомога в підготовці проектів, залучення ресурсів тощо (тоді потрібні волонтери, які в тому числі мають навички роботи на комп'ютері, технічного перекладу, журналісти тощо). Особливістю волонтерської роботи в організації є те, що волонтери працюють за узгодженим графіком, мають певні обов'язки та робоче місце тощо.

### **Для чого потрібні волонтери? Волонтерський проект**

Особливістю волонтерського проекту є те, що він має певні обмеження в просторі і часі. Якщо організація працює над виконанням своєї місії, що триває роками (десятьками років), то проект покликаний за певний проміжок часу (найчастіше 1 рік) на певній території отримати якісь зміни. У даному разі, завданням волонтерського проекту є зміна поведінки широкої громадськості стосовно ВІЛ-позитивних дітей. Тут навіть методи залучення волонтерів використовуються інші, ніж для конкретної роботи в організації.

Також особливістю волонтерського проекту є кількість волонтерів, необхідних для успішного виконання завдань проекту. Тут спрацьовує формула: чим більше, тим краще. Волонтерами для проекту можуть бути школярі, педагоги, студенти, медичні та соціальні працівники, батьки школярів, представники релігійних конфесій, уразливих до ВІЛ груп тощо.

Перед плануванням просвітницької кампанії чи проекту, варто поставити конкретні завдання, які дадуть змогу досягти мети. Наприклад, мету можна сформулювати таким чином: «проти дія стигматизації та дискримінації ВІЛ-позитивних дітей шляхом формування толерантного ставлення до них з боку громади».

Відповідно до мети завдання формулюються наступним чином:

1. Залучити волонтерів.
2. Розробити навчальний курс для волонтерів та роздаткові матеріали.
3. Поінформувати громаду стосовно ВІЛ-інфекції.
4. Забезпечити вільний доступ до інформації про ВІЛ/СНІД усім громадянам.

Це приблизний перелік завдань, які можна поставити перед організаторами волонтерської програми/проекту, з метою виробити толерантне ставлення до ВІЛ-позитивних дітей.

## 2.12. Стигма і дискримінація

Стигма (з лат. «тавро») може розглядатися як дискредитація людини через приписування їй соціально-негативних рис або характеристик. Як правило, ці характеристики сприймаються у певному середовищі як принизливі і спричиняють негативні суб'єктивні переживання.

Стигму, зазвичай, розглядають як навішування «ярликів», а дискримінація є її наслідком: на рівні конкретних дій чи проявів. Наприклад, примусове тестування, ізоляція в громаді, обмеження в пересуванні, відмова в роботі чи в наданні медичної допомоги, зневага тощо. Стигма є надзвичайно потужним соціальним ярликом, який цілком змінює ставлення до інших людей і до себе, змушує сприймати людину лише як носія негативних, небажаних якостей. Негативне ставлення до людей на основі стигми називають «стигматизацією». В ті чи інші історичні епохи стигматизація мала різне підґрунтя, проте завжди виступала елементом соціального розшарування суспільства, оскільки дія її була пов'язана з суспільними нормами та спрямовувалася на підтримку соціальної стабільності. *Дискримінація* (з лат. «розрізнення») — обмеження прав частини населення за певною ознакою (наприклад, раса, вік, стать, національність, релігійні переконання, сексуальна орієнтація, стан здоров'я, фах тощо). Деякі спеціалісти додають до даного визначення такий нюанс, як навмисність дій щодо порушення прав, тобто дискримінаційні дії щодо ВІЛ-позитивних людей, як правило, свідомі. Проте наслідки дискримінації, пов'язаної з ВІЛ, далеко не завжди усвідомлюються.

Суспільство встановлює власні способи, за якими ділить людей на певні групи й категорії, визначає набір якостей, які вважаються нормальними і природними для населення. При зустрічах із різними людьми, не надто замислюючись, кожен з притаманним йому суб'єктивізмом визначає хто є «свій» або «чужий» для неї особисто. Іноді незвичні риси чи поведінка сприймаються як недоліки чи вади людини, що переводять її до класу неповноцінної особистості. Це і є стигмою.

Соціологи (І. Гофман, О.І. Бородіна та ін.) виділяють наступні правила стигми:

- соціум підкреслює і бере до уваги різницю між людьми;
- людям, які відрізняються від певного шаблону, визначеного суспільством, приписуються негативні якості;
- людей ділять/або вони діляться самі на «нас» та «їх».

Наявність стигматичних переконань щодо ВІЛ/СНІД залежить від певних факторів:

- віку — юнаки й дівчата, як правило, краще обізнані щодо проблеми ВІЛ, тому й рівень стигми серед них нижчий за рівень освіти та усвідомлення знань про способи передачі ВІЛ-інфекції;
- ставлення до статевих стосунків — упереджене ставлення певної частини дорослого населення до статевих контактів посилює цю стигму;
- наявності особистих стосунків з людьми, які живуть з ВІЛ, — практика показує, що люди, особисто знайомі з ВІЛ-позитивними людьми, мають значно менший рівень стигматизації, або не мають його взагалі.

Попри наявні стереотипи, процес стійкої стигми з боку суспільства не є спонтанним, і в її основі лежать вагомні чинники. Фахівці виділяють кілька причин, які провокують формування стигми та дискримінації щодо ВІЛ-позитивних людей:

1. Захворювання на ВІЛ/СНІД пов'язують з відповідальністю носія за його поведінку. Якщо відбувається сприйняття захворювання через ризиковану поведінку людини (наркозалежність, випадкові статеві зв'язки, надання сексуальних послуг за плату тощо), то виникнення стигми є досить вірогідним. Найчастіше воно пов'язане з негативними емоціями людей або завищеними моральними засадами. Оскільки основні шляхи передачі ВІЛ-інфекції (через статеві контакти та кров) пов'язані з ризикованою поведінкою (незахищений секс та спільне використання ін'єкційного інструментарію), то значна частина суспільства вважає ВІЛ-позитивних людей винними в набутті свого статусу.

2. ВІЛ/СНІД є невиліковною хворобою або такою, що суттєво загрожує життю людини. З появою перших хворих на ВІЛ/СНІД вважалося, що вони приречені на летальний розвиток подій, тобто отримання діагнозу означало звістку про близьку та неминучу смерть. Розробка ефективного підтримувального лікування позитивно вплинула на суспільну думку, але міфи та стереотипи і далі спрямовують загальне сприйняття ситуації у негативне русло.

3. ВІЛ/СНІД є заразною хворобою. Надзвичайно сильна стигма асоціюється з хворобами, якими легко можна заразитися або якщо вони можуть бути небезпечними для інших. З огляду на такі характеристики хвороба ВІЛ/СНІД з великою долею вірогідності буде викликати у людей стигму. Деякі дослідники вважають, що ця стигма пов'язана не з ВІЛ-позитивними людьми, а з уразливими до ВІЛ групами.

Основні прояви стигми та дискримінації щодо людей з ВІЛ/СНІД, що найбільше поширені в суспільстві:

- неприйняття та уникання людей, які живуть з ВІЛ/СНІД;
- дискримінація людей, які живуть з ВІЛ; примусове тестування на ВІЛ без попередньої згоди та недотримання конфіденційності з подальшими утисками;
- насильство над людьми, які сприймаються як такі, що живуть з ВІЛ;
- ізоляція людей, які живуть з ВІЛ-статусом.

Наразі виділяють кілька видів стигми.

*Культурна стигма* (або суспільна стигма) — норми та стандарти суспільства, за якими людям, які належать до маргінальної групи, приписується вина в їхніх власних проблемах. Культурна стигма проявляється у «залякувальних» публікаціях ЗМІ, в соціальній рекламі, яка містить «страшилки» тощо.

*Інституційна стигма* — дискримінаційне ставлення до людей, які живуть з ВІЛ, з боку уряду, церкви, сфери бізнесу та інших суспільних інститутів. Така стигма може бути відкритою, наприклад, наявність статті в законодавстві, яка безпосередньо порушує права людей з ВІЛ/СНІД. З іншого боку, така стигма інколи має прихований характер і обмежує їхні права опосередковано, наприклад, через відсутність доступу до антиретровірусної терапії.

*Особиста стигма* — особисті упередження щодо певної групи людей. Як правило, така стигма є прямим наслідком та продовженням інституційної та культурної стигми.

*Міжособистісна стигма* — ненависть, презирство, страх, які проявляються при контактах з групою людей, що відчувають на собі наслідки стигматизації. Міжособистісна стигма може набувати форми дискримінації: звинувачення, дискримінаційні слова та насильство. Часто міжособистісна стигма має більш приховані форми: підкреслено стриманий та холодний тон, уникання зустрічей з ЛЖВ, недовіра.

Стигма та дискримінація є серйозними перешкодами на шляху ефективного профілактики та якісної медичної допомоги щодо ВІЛ/СНІД. Вона також може переходити на наступні покоління, лягати неприємним тягарем на дітей, батьки яких померли від СНІД.

Дискримінація може мати специфічні прояви на різних рівнях:

- *політичний рівень* (державні структури) — дискримінаційні закони та політика;
- *соціальний рівень* (приватні, громадські організації, установи, інші суспільні інститути) — дискримінаційні правила та дії представників організацій, наприклад: примусове тестування, відмова у послугах тощо;
- *індивідуальний/міжособистісний рівень* (окремі особи, групи людей, суспільство) — уникання, образи, погрози, насильство.

Заходи, які можуть зменшити стигму та дискримінацію, мають охоплювати різні сфери суспільного життя і справляти вплив на всі складові стигми. Варто зазначити, що більшість діючих нині програм мають освітній характер і не завжди враховують вплив на емоційну сторону та суспільні стереотипи. Провідну роль у подоланні стигми та дискримінації можуть відіграти ЗМІ, кампанії соціальної реклами, публічні виступи людей, які живуть з ВІЛ. Крім того, дискримінацію можна значно зменшити в результаті універсального доступу до якісного лікування, антиретровірусної терапії.

Важливо, аби суспільство мало змогу та бажання створювати умови для комфортного та безпечного проживання людей з ВІЛ-статусом. Наразі подолання проблем стигми та дискримінації потребує розвитку двох взаємодоповнювальних стратегій: першої — спрямованої на попередження появи стигми та упередженого ставлення і другої — яка дасть змогу виявити та виправити ситуацію, де вже мають місце конкретні дискримінаційні дії.

1995 року Організація Об'єднаних Націй прийняла «Декларацію принципів толерантності» — основоположний міжнародний документ, в якому сутність толерантності визначається як «повага, прийняття та правильне розуміння всієї багатоманітності культури, форм самовияву й прояву». При цьому в документі зазначається, що таке формулювання не означає терпимого ставлення до соціальної несправедливості, відмови від своїх або прийняття чужих переконань.

### **Ознаки толерантної людини:**

- Толерантна людина не ділить світ на «чорних» та «білих» і тому готова вислухати та зрозуміти різні точки зору.
- Почуття гумору і вміння посміятись над своїми слабкими сторонами — особлива ознака толерантної людини.
- Почуття толерантності зменшує потребу домінувати і дивитись на людей «згори».
- Толерантна людина знає і правильно оцінює себе. Її добре ставлення до себе співвідноситься з позитивним та доброзичливим ставленням до інших.

## 2.13. Життєві історії дітей, що живуть з ВІЛ

### Історія 1

Райан народився 16 грудня 1971 року в Кокомо, штат Індіана. У віці 5 років хлопчик був інфікований ВІЛ через переливання зараженої крові. Оскільки ВІЛ вражає імунну систему, хлопець був схильний до ряду інфекцій, з якими здоровий організм зазвичай справляється без проблем. Одна з таких інфекцій змусила Райана пропустити весняний семестр навчання у школі. Коли він спробував восени повернутися до школи, директор школи Дж. О Сміт не допустив його до занять. За словами Сміта, перебування Райана у школі є загрозою для інших 379 учнів, оскільки школа не була обладнана на випадок такого ризику. Сміта підтримала група переляканих батьків і більшість вчителів: близько 50 викладачів проголосували за те, щоб не допустити хлопця до занять. Співробітники штатних органів охорони здоров'я намагалися вмовити Сміта відмінити розпорядження, запевняючи його, що Райан абсолютно безпечний для однокласників за умови дотримання деяких правил. Але рішення лишилось в силі. Коли ж за рішенням окружного суду Райан все ж зміг повернутись до школи, до інші школярі писали ганебні написи на шафці Райана у роздягальні, викрикували образливі слова, коли він проходив повз по коридору. Хулігани розбивали вікна в домі хлопця, а також протикали шини автомобіля батьків Райана. *«Часом бувало дуже тяжко, але я намагався не звертати уваги на несправедливість, тому що знав, що ці люди неправі», — казав Райан. «Ні я, ні мої рідні не тримаємо образи на цих людей, оскільки розуміємо, що вони жертви власного невігластва. Ми палко віримо, що терпіння, роз'яснювальна робота та просвіта зможуть змінити їх ставлення».*

### Історія 2

Коли Олімбі, ВІЛ-позитивна мати з Албанії, намагалась записати своїх ВІЛ-позитивних дітей до школи, вона стикнулася із масовими протестами батьків інших дітей. Їй навіть погрожу-вали фізичною розправою. Вона і досі чує слова одного з батьків: *«Ти маєш взяти своїх дітей та вбити їх і себе. Залиш нас та наших дітей у спокої. Це було боляче. Кожен день нашого життя ми стикаємося з такими настроями. Це частина нашого життя».*

### Історія 3

Мати із сином вирішили переїхати жити до Російської Федерації. Підготували усі документи, мати звільнилась з роботи, продали квартиру у Києві, виписались. А потім почали оформлювати дозвіл на проживання і разом із сином пішла здавати тест на СНІД. Тест круто змінив їх життя: у сина виявився позитивний результат. Росія відмовила у видачі навіть тимчасового дозволу на проживання. Сім'я наразі не може вирішити питання з медичним страхуванням, влаштуванням на роботу, пропискою. Прямо ніхто не відмовляє їм через ВІЛ-позитивний статус дитини, але мати вважає, що саме це є головною причиною.

### Історія 4

Цей випадок стався в одному із сіл Запорізького району: діагноз ВІЛ встановили у 6-річного хлопчика. Інформація про це моментально «облетіла» усе село, і від хлопчика сторонилися абсолютно усі знайомі та сусіди. Коли бабуся із онуком заходила до магазину і купувала хлопцю цукерки, то продавець, яка зазвичай гралась із ним, більше не торкалась хлопчика і простягала йому цукерки, попередньо вдягнувши гумові рукавиці. Жити в селі сім'я не змогла, їй довелося переїхати до Запоріжжя.

## Історія 5

*«Коли я завагітніла у 25 років, то мене довго змушували зробити аборт — казали, що дитина у мене «потенційний наркоман», але я не погодилась. Лікарі довго це обговорювали, навіть створили окрему абортну комісію ... Коли я народжувала всі одягнули «скафандри», кімнату помили хлоркою, а також підвіконня та всі інструменти обробили хлоркою, і навіть в палату принесли таз із хлоркою і туди поклали мою дитину. Це у них для «спідозних» називається».*



## 2.14. Вихідна анкета учасника

### Зразок

1. Що на тренінгу сподобалося Вам найбільше, і чому (тематика навчання, процес навчання, робота тренера, учасники, місце проведення)?

---



---



---

2. Що не сподобалося, і чому (тематика, побудова програми, робота тренера, організація тренінгу, місце проведення тощо)?

---



---



---

3. Чи отримали Ви відповіді на питання, з якими прийшли на тренінг?

---

4. Шляхом позначки відповідного числа, дайте оцінку корисності наданої інформації (у відсотках) або напишіть своє число:

100	80	60	40	20	0

5. Яким чином Ви зможете використати отримані знання та набуті навички?

---



---



---

6. Чи вплинула участь у тренінгу на Ваше сприйняття навчального матеріалу?

Так    Ні    Дуже мало

7. Як Ви оцінили б тренінгове навчання та роботу тренера в цілому, за 10-бальною шкалою, де 1 – дуже погано, 10 — відмінно?

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

8. Ваші побажання тренеру:

---



---



---

9. Ваші побажання організаторам тренінгу:

---



---



---

**Дякуємо!**





### Сесія III

## Тренінг для тренерів «Особливості організації та проведення»

(автор — Наталія Романова)

**Мета:** ознайомити учасників з особливостями організації тренінгу для тренерів та з процесом підготовки тренера.

### **Завдання:**

1. Надати основну інформацію про технологію проведення тренінгу.
2. Ознайомити учасників з особливістю підготовки тренера.
3. Виробити основні критерії оцінки ефективності тренінгу.
4. Сформулювати навички самостійної організації та підготовки тренінгу для тренерів.

### **Цільова аудиторія:**

- представники освіти (вчителі, викладачі);
- фахівці соціальної сфери (соціальні працівники, соціальні педагоги);
- батьки та близьке оточення дітей з ВІЛ/СНІД;
- представники громадських організацій та місцевої громади.

**Кількість учасників одного тренінгу:** до 20 осіб.

**Тривалість:** 2 дні.

### **Вимоги до тренерів:**

- знання теоретичних основ проблематики людей, які живуть з ВІЛ/СНІД;
- досвід роботи у сфері протидії епідемії ВІЛ/СНІД;
- наявність вмінь і практичних навичок з підготовки волонтерів до роботи;
- знання з технології проведення тренінгу;
- значний досвід тренерської роботи.

### **Вимоги до учасників:**

- бажання працювати у волонтерських програмах з метою вирішення проблематики дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД;
- готовність вчитися та навчати інших;
- активна участь у роботі та позитивна налаштованість на кінцевий результат.

**Необхідні ресурси:** приміщення; технічне обладнання, копіювальна техніка, канцтовари; фліпчарт, кошти<sup>8</sup> на організацію перерви на каву та закупку сувенірів.

### **Загальні вимоги до учасників та тренерів:**

- наявність теоретичних знань по темі ВІЛ/СНІД;
- комунікативність, вміння розв'язувати конфлікти;
- креативність;
- толерантність;
- спостережливість, почуття такту та гумору.

<sup>8</sup> У випадку відсутності коштів цей пункт можна виключити.

## Робочий план

### Перший день

Час проведення	Тема	Вид діяльності	Тривалість, хв.	Ресурсне забезпечення
9:30–10:00	Реєстрація, анкетування		30	Бланк для реєстрації, вхідна анкета (Додаток 3.1)
10:00–10:20	Знайомство тренера з групою	1.Представлення тренера	3	Програма тренінгу, проектор, ноутбук,
		2. Ознайомлення з програмою тренінгу	5	
		3.Представлення учасників	12	
10:20–10:30		4. Прийняття правил роботи групи	10	Маркери, фліпчарт, стікери
10:30–10:45		5. Очікування. Вправа «Дерево бажань»	15	Плакат з «деревом бажань», кольорові стікери, маркери
10:45–11:30	Тема 1. Тренінг як інтерактивна форма навчання	1.1. Міні-лекція «Тренінг як інтерактивна форма навчання»	15	Інформаційні матеріали (Додаток 3.2)
		1.2. Вправа «Чому я обираю тренінг для своєї роботи»	20	
		1.3. Вправа «Фруктовий салат»	10	
11:30–11:45	Перерва			
11:45–12:40	Тема 2. Тренер та його тренерська робота	2.1. Презентація тренера «Мистецтво бути тренером»	15	Проектор, ноутбук, презентація 1; Додаток 3.3 Аркуші паперу А2, маркери, кольоровий папір, клей; сувеніри
		2.2. Вправа «Я тренер!»	30	
		2.3. Вправа «Танцюймо разом!».	10	
12:40–13:30	Тема 3. Підготовка навчальної програми тренінгу	3.1.Міні-лекція «Особливості підготовки навчальної програми тренінгу»	10	Інформаційні матеріали (Додаток 3.4)  Карточки із завданнями, аркуші паперу А 1, маркери
		3.2. Вправа «Розробка навчальної програми тренінгу для волонтерів»	20	
		3.3. Презентація результатів роботи	20	

<b>13:30–14:30</b>	<b>Обід</b>			
14:30–16:00	Тема 4. Форми та методи роботи на різних етапах тренінгу	4.1. Групова робота «Застосування різних форм та методів роботи в процесі тренінгу»  4.2. Презентація результатів роботи	30  60	Інформаційні матеріали (Додаток 3.5)  Аркуші паперу А1, маркери, фліпчарт, сувеніри
<b>16:00–16:20</b>	<b>Перерва</b>			
16:20–16:40	Тема 5. Як провести успішний тренінг	Мозковий штурм «Поради від тренера тренеру»	20	Фліпчарт, аркуш А1, маркери
16:40–17:20	Тема 6. Групова динаміка як важливий фактор успішного тренінгу	6.1. Презентація тренера «Етапи групової динаміки. Роль тренера»  6.2. Обговорення отриманої інформації та обмін думками між учасниками  6.3. Вправа «Автомобіль»	15  15  10	Презентація 2 (Додаток 3.6)  Проектор, ноутбук  Аркуш паперу А1, маркери
17:20–17:30	Підведення підсумків тренінгу; зворотний зв'язок		10	

### Другий день

Час проведення	Тема	Вид діяльності	Тривалість, хв.	Ресурсне забезпечення
10:00–11:00	Продовження обговорення навчальної програми та поглиблення довіри між учасниками	А. Робота в колі  Б. Вправа «Творче кредо учасника»	20  40	Навчальна програма тренінгу  Папір формату А 2, маркери, фломастери
11:00–11:20	Тема 7. Технічне забезпечення тренінгу	Міні-лекція «Особливості технічного забезпечення тренінгу: корисні поради»	20	Інформаційні матеріали (Додаток 3.7)

11:20–12:20	Тема 8. Ефектив- ний зворот- ний зв'язок у процесі тренінгу	8.1. Міні-лекція «Зво- ротний зв'язок»  8.2. Групова робота «Презентація вправ від учасників на от- римання зворотного зв'язку»	20  40	Аркуші формату А1, маркери, сувеніри
12:20–13:00	Тема 9. Оцінка ефективності тренінгу	9.1. Дискусія «Навіщо оцінювати ефективність тренінгу?»  9.2. Презентація тренера «Методи оцінювання»	20  20	Презентація 3 (Додаток 3.8)
13:00– 14:00	Підведення підсумків тренінгу, зворотний зв'язок, анке- тування	Підведення підсумків	60	Вихідна анкета (Додаток 3.9)

# Порядок проведення

## Перший день

### А. Реєстрація, анкетування (30 хв.)

**Ресурсне забезпечення:** бланк для реєстрації, вхідна анкета (Додаток 3.1).

### Б. Знайомство тренера з групою (20 хв.)

**Ресурсне забезпечення:** аркуш формату А1 із завчасно записаними назвою тренінгу, метою та завданнями (можна зробити у вигляді електронної презентації — тоді буде потрібно проектор та ноутбук), плакат А 1 з «деревом бажань», кольорові стікери, маркери, програма тренінгу.

#### 1. Представлення тренера (3 хв.)

**Метод:** усне повідомлення.

**Інформація для тренера.** Тренер вітає учасників, представляється, розповідає про назву, мету і завдання тренінгу.

Загалом ця частина обов'язково має включати:

- представлення тренера;
- коротку інформацію про організаторів проведення тренінгу;
- повідомлення теми тренінгу та її актуальність;
- ознайомлення учасників із організаційними особливостями тренінгу (його тривалість, умови роботи, якщо приміщення не знайоме, то варто вказати, де знаходяться вбиральні кімнати та заклади харчування тощо).

#### 2. Ознайомлення з програмою тренінгу (5 хв.)

**Метод:** презентація та групове обговорення робочої програми, яка завчасно було роздрукована та роздана учасникам (може готуватися як презентація в електронному вигляді).

#### 3. Представлення учасників (12 хв.)

**Метод:** бесіда.

**Матеріали:** чистий аркуш паперу або спеціальні бейджі (по завершенні представлення всі учасники мають написати своє ім'я та прикріпити його на грудях).

**Інформація для тренера.** Тренер розпочинає представлення першим. Форма бесіди може бути різною, все залежить від вибору тренера. Як правило, це мають бути кілька фраз, які

дають коротку інформацію про учасників та розкривають причину, що спонукала їх до участі в цьому тренінгу.

#### **4. Прийняття правил роботи групи (10 хв.)**

**Метод:** групове обговорення.

**Матеріали:** фліпчарт, чистий аркуш паперу А1 та маркери.

**Інформація для тренера.** Правила групової роботи передбачають, що:

- їх записують на аркуші паперу А1 та розташовують на видному місці;
- після написання кожного правила (або всіх разом) важливо, щоб кожний учасник погодився з цим вибором;
- у випадку порушення правил, ведучі або учасники групи нагадують порушнику про це, посиляючись на вироблені правила.

**Хід вправи:** тренер записує прийняті правила на аркуші А1, після їх прийняття цей аркуш закріплюють на видному місці, аби за необхідності можна було до нього постійно повертатися (наприклад, якщо хтось з учасників запізнився чи веде себе агресивно в групі тощо). Найбільш поширеними правилами роботи в групі є наступні: позитивний настрій, толерантність, ввічливість, пунктуальність тощо.

#### **5. Очікування (15 хв.)**

**Метод:** вправа «Дерево бажань».

**Матеріали:** аркуш паперу А1 з підготовленим малюнком: велике дерево з могутнім корінням (можна розмалювати кольоровими маркерами), стікери для всіх учасників.

**Інформація для тренера.** Щоб тренінг був успішним необхідно знати, навіщо люди прийшли на тренінг, які знання з тематики тренінгу вони вже мають та які хотіли б отримати.

Ця інформація стане в нагоді тренеру, аби він міг переконатися, що по завершенні навчання учасники зможуть отримати відповіді на всі свої очікування.

За необхідності, сформовані очікування дають підстави тренеру вносити деякі зміни до робочого плану, наприклад, посилюючи заняття інтерактивними вправами або додатковою інформацією тощо.

**Хід вправи:** плакат з малюнком кріпиться таким чином, аби до нього було зручно підійти кожному з учасників. Тренер пропонує всім учасникам (по черзі) написати маркером (колір кожен вибирає самостійно) своє головне очікування від даного тренінгу та побоювання.

Після того, як кожен учасник це зробить, тренер озвучує основні очікування учасників групи та, за необхідності, проводить уточнення визначених позицій.



## Тема 1. Тренінг як інтерактивна форма навчання (45 хв.)

### 1.1. Міні-лекція «Тренінг як інтерактивна форма навчання» (15 хв.)

**Мета:** розкрити зміст наступних питань: «тренінг», види тренінгів, сучасні стилі навчання.

**Матеріали:** роздруковані інформаційні матеріали для кожного учасника (Додаток 3.2).

**Інформація для тренера.** Міні-лекція дуже часто застосовується для подачі теоретичного матеріалу, оскільки потребує, на відміну від лекції, незначного часу (до 15 хв.) та дає змогу коментувати теоретичні матеріали в інтерактивному режимі. Учасники, як правило, не стомлюються, вони мають можливість в процесі надання матеріалу задавати запитання чи робити свої коментарі.

### 1.2. Вправа «Чому я обираю тренінг для своєї роботи» (20 хв.)

**Мета:** закріплення навчального матеріалу.

**Хід вправи:** кожен із учасників має обдумати плюси та мінуси тренінгу як форми навчальної роботи та викласти свої аргументи. Виступ кожного учасників до 1 хв. Тренер підводить підсумки та коментує виступи учасників.

### 1.3. Вправа «Фруктовий салат» (10 хв.)

**Мета:** активізація групової динаміки.

**Інформація для тренера.** Проведення таких вправ надає можливість впливати на розвиток групової динаміки. Вдало підібрані вправи роблять тренінг приємним і цікавим, створюють атмосферу дружнього середовища навчання для учасників.

**Хід вправи:** всі учасники стають у коло, тренер знаходиться в колі. Він визначає, які фрукти група любить найбільше (до 5-ти назв) та присвоює кожному учаснику, в порядку зростання, одну із назв, наприклад: 1-й учасник — «апельсин», 2-й учасник — «груша», 3-й учасник — «яблуко» і так до 5-ти назв, наступний учасник знову отримує 1-й номер і т.д.

Далі тренер оголошує: «Зараз я готую фруктовий салат із яблук, груш та апельсинів». Всі учасники, які отримали ці назви, міняються між собою місцями, а решта залишаються на місці. Тренер пропонує кілька варіантів «салатів» аж доки всі учасники не поміняються між собою місцями. При бажанні, тренер може залучати до проведення вправи когось із учасників.

## Тема 2. Тренер та його тренерська робота (55 хв.)

### 2.1. Презентація тренера «Мистецтво бути тренером» (Додаток 3.3) (15 хв.)

**Мета:** ознайомити учасників з основними навичками тренера та з особливостями тренерської роботи.

**Обладнання:** ноутбук та проектор.

### 2.2. Вправа «Я тренер!» (30 хв.)

**Мета:** усвідомлення ролі тренера та його стилю роботи.

**Матеріали:** аркуші паперу А2, маркери, кольоровий папір, клей, сувеніри.

Хід вправи: тренер об'єднує учасників у 5 груп (за принципом попередньої вправи «Фруктовий салат», тобто яблука з яблуками, груші з грушами і т.д.). Кожна група отримує аркуш паперу А2 та необхідне канцелярське приладдя.

Протягом 10 хв. вони мають зобразити портрет тренера та охарактеризувати його. Вітається креативність та нестандартний підхід (за це учасники можуть отримати пам'ятні сувеніри).

На презентацію груп відводиться по 4 хв. (про що доцільно сказати перед початком роботи над завданням). Загалом, вся презентація має зайняти 20 хв.



#### Звернути увагу:

Тренер має слідкувати за часом і не допускати порушення часових норм, зазначених у навчальній програмі. Саме дотримання цього правила є показником класу та професійності тренера.

### 2.3. Вправа «Танцюймо разом!» (10 хв.)

**Мета:** розвиток групової динаміки та проведення дебрифінгу<sup>9</sup>.

Хід вправи: тренер пропонує учасникам згадати свій улюблений танок та навчити його танцювати всіх учасників тренінгу. Єдина умова: доступність танцювальних кроків (наприклад, варто виключити глибокі присідання) та запропонувати невелику кількість рухів для повторення. Група розташована по колу, кожен із учасників, не виходячи з нього, показує свій танок, а учасники групи за ним повторюють.

<sup>9</sup> Дебрифінг проводиться з метою виявлення емоцій у контексті групової підтримки, нормалізацію реакцій учасників на хід заняття та отримання інформації про психологічне реагування на події, які мали місце (для тренера). Цей метод може передбачати аналіз переживань, заохочення емоційного вираження й стимулювання осмислення переживань на когнітивному рівні.

## Тема 3. Підготовка навчальної програми тренінгу (50 хв.)

### 3.1. Міні-лекція «Особливості підготовки навчальної програми тренінгу» (Додаток 3.4) (10 хв.)

**Мета:** сформувати навички з підготовки навчальної програми.

**Матеріали:** роздруковані інформаційні матеріали для кожного учасника.

**Хід вправи:** кожен із учасників отримує від тренера інформаційні матеріали у роздрукованому вигляді. Тренер подає навчальний матеріал та визначає, чи все зі сказаного було зрозумілим для учасників. У випадку необхідності, вносить свої коментарі та доповнення чи відповідає на запитання.

### 3.2. Вправа «Розробка навчальної програми тренінгу для волонтерів» (20 хв.)

**Метод:** групова робота.

**Матеріали:** картка із завданнями, аркуші паперу А1, маркери.

**Хід вправи:** тренер об'єднує учасників у чотири групи (за принципом теми «Пора року», тобто 1-й учасник — зима, 2-й — весна, 3-й — літо, 4-й — зима і так знову по колу). Кожна група отримує картку із завданням, аркуш паперу А1, маркери, розробляє навчальну програму для своєї категорії та описує її на аркуші А1:

1 група: для студентів;

2 група: для батьків та родичів дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД;

3 група: для викладачів;

4 група: для представників НУО та місцевої громади.

#### Зразок картки

1. Вказати особливості навчання визначеної категорії волонтерів.
2. Описати структуру тренінгу.
3. Вказати етапи проведення і види діяльності на цих етапах.
4. Вказати умови проведення тренінгу.
5. Визначити, яким чином потрібно підготувати обладнання.
6. Описати необхідні роздаткові матеріали.

### 3.3. Презентація результатів роботи (20 хв.)

**Хід вправи:** тренер пропонує учасникам провести презентацію та вказує на час її виконання (до 5 хв.) для кожної групи.

По завершенні презентації тренер узагальнює виконану роботу та робить висновки, де зазначає про важливість дотримання алгоритму розробки навчальної програми тренінгу.

## Тема 4. Форми та методи роботи на різних етапах тренінгу (90 хв.)

### 4.1. Групова робота «Застосування різних форм та методів роботи в процесі тренінгу» (30 хв.)

**Мета:** розглянути застосування різних форм та методів роботи

**Ресурсне забезпечення:** картка із завданнями.

**Матеріали:** роздруковані інформаційні матеріали для кожного учасника (Додаток 3.5).

**Хід справи:** тренер об'єднує учасників у чотири групи (за кольорами маркерів). Кожна група отримує картку із завданням, аркуш паперу А1, маркери та готує відповідну презентацію завдання:

Зразок картки  
Усім групам вибір теми провести самостійно  
1 група: провести групову презентацію  
2 група: провести мозковий штурм  
3 група: підготувати міні-лекцію  
4 група: провести рольову гру

### 4.2. Презентація результатів роботи (60 хв.)

**Мета:** формування практичних навичок для налагодження ефективної системи роботи з волонтерами.

**Метод:** групова презентація.



#### Звернути увагу:

З метою відпрацювання тренерських навичок бажано, аби всі учасники хоча б один раз побували у ролі доповідача, який презентує напрацювання своєї групи.

## Тема 5. Як провести успішний тренінг (20 хв.)

### Мозковий штурм «Поради від тренера тренеру»

**Мета:** надати інформацію щодо планування й проведення тренінгу на основі практичного досвіду.

**Матеріали:** папір А1 та маркери.

**Хід справи:** кожен із учасників виказує свою думку щодо того, як можна провести успішний тренінг і що для цього потрібно зробити. Почуте тренер фіксує на папері (протягом 10 хв.). Приймаються будь-які пропозиції без попереднього обговорення. За необхідності тренер може перепитати, чи він правильно зрозумів думку учасника та записав її на папері.

Після закінчення запису тренер чи його асистент обговорюють всі отримані відповіді, видаляють записи, які дублюються чи не є логічними.

Тренер підводить підсумок, доповнює отримані результати та пояснює, що обов'язково потрібно знати при проведенні тренінгу, аби він був успішний.

**Інформація для тренера.** Головні складові успішності тренінгу: пріоритетність обраної теми навчання; дотримання часових рамок, які визначені у навчальній програмі; залучення до роботи усіх учасників групи; спостереження за результатами навчання (зворотний зв'язок, практичні вправи); здатність до планування та імпровізації, уміння готувати різні види презентації та окремих тем.

Варто пам'ятати, що тренерами не народжуються, цей фах набувається в результаті практики та навчання!

## Тема 6. Групова динаміка як важливий фактор успішного тренінгу (40 хв.)

### 6.1. Презентація тренера «Етапи групової динаміки. Роль тренера» (15 хв.)

**Мета:** надати інформацію щодо важливості формування групової динаміки групи.

**Метод:** презентація (Додаток 3.6).

**Обладнання:** проектор, ноутбук.

**Хід вправи:** тренер презентує матеріал та відповідає на запитання учасників. За необхідності, може привести приклади із досвіду своєї роботи.

**Інформація для тренера.** Після проведення презентації доцільно згадати про важливість вибору певних методів навчання для активізації динаміки розвитку групи.

Обговорити тему складних учасників тренінгу (пасивні, надто активні, агресивні) й методи роботи з ними ( залежно від ситуації варто використовувати різні методи роботи: вправи на стимулювання активності, запровадити індивідуальні завдання, заохочувати сувенірами чи солодощами, активно проводити дебрифінг тощо).

Прокоментувати складні ситуації тренінгу на прикладі власного досвіду роботи й способи їхнього подолання (наприклад, учасники групи негативно реагують на вправи, які спрямовані на активізацію групової динаміки, пасивно сприймають інформаційний матеріал під час міні-лекцій тощо). У такому випадку тренеру потрібно скорегувати навчальну програму, замінивши одні методи та форми роботи на інші. Для цього в його арсеналі має бути велика кількість різних вправ та завдань, які часто називають як «тренерський портфель».

### 6.2. Обговорення отриманої інформації та обмін думками між учасниками (15 хв.)

**Хід вправи:** тренер дає можливість висловитися кожному учаснику та підводить підсумок вправи.

### 6.3. Вправа «Автомобіль» (10 хв.)

**Мета:** вивчення рівня розвитку групової динаміки.

**Хід вправи:** тренер роздає всім учасникам, які сидять по колу, маркери та фломастери (кожен учасник може обирати за своїм смаком). Бере аркуш паперу А1 та підходить до кожного учасника і просить намалювати будь-яку деталь від машини. При цьому не потрібно надавати час на роздуми чи коментарі. Після того, як всі учасники долучаться до малювання, тренер прикріплює отриманий у такий спосіб малюнок на фліпчарті та коментує його: якщо машина має завершений вигляд, то можна вважати, що група сформована, між учасниками встановлено довірливі стосунки та контакти. Етапи групової динаміки проходять успішно.

Якщо ж малюнок вийшов не завершеним, то тренеру варто подумати, яким чином можна активізувати динаміку розвитку групи і що для цього потрібно зробити (можна використати «портфель тренера»).

### Підведення підсумків тренінгу; зворотний зв'язок (10 хв.)

**Мета:** отримати інформацію щодо сприйняття навчального матеріалу з боку учасників.

**Метод:** робота в колі.

**Хід вправи:** тренер пропонує кожному з учасників (по колу) поділитися враженнями від тренінгу, прокоментувати, що нового він дізнався тощо. Вказати побажання на наступний день. В кінці обговорення тренер підводить підсумки, акцентуючи увагу на всіх етапах навчання протягом першого дня.

За необхідності, можна ввести домашні завдання, наприклад, якщо на наступний день будуть розглядатися питання, які вимагають попередньої підготовки.

## Другий день

### Продовження обговорення навчальної програми тренінгу та поглиблення довіри між учасниками (60 хв.)

#### А. Робота в колі (20 хв.)

**Мета:** обговорити отримані знання та навички.

**Матеріали:** навчальна програма тренінгу.

#### Б. Вправа «Творче кредо учасника» (40 хв.)

**Мета:** розвиток групової динаміки, поглиблення знайомства учасників.

**Матеріали:** папір формату А2, маркери, фломастери.



**Хід вправи:** тренер пропонує учасникам об'єднатися у пари. Кожен учасник отримує лист паперу А2 та маркери й фломастери. Тренер дає завдання, аби учасники протягом 10 хв. дізналися про творче кредо один одного та зобразили це на папері (10 хв.). Після цього за 2 хв. кожен учасник має представити свій малюнок та його прокоментувати.



#### **Звернути увагу:**

Всі малюнки потрібно розвісити у приміщенні, де проходить тренінг, що буде сприяти загальному гарному настрою та слугувати стимулом для активізації роботи.

## **Тема 7. Технічне забезпечення тренінгу (20 хв.)**

**Метод:** міні-лекція «Особливості технічного забезпечення тренінгу: корисні поради».

**Матеріали:** інформаційні матеріали (Додаток 3.7).

**Мета:** ознайомити учасників із технічною стороною організації та проведення тренінгу.

**Хід вправи:** тренер ознайомлює учасників із теоретичним матеріалом, за необхідності відповідає на запитання учасників, можна поділитися практичним досвідом, вказати на специфічні деталі тощо.

**Інформація для тренера.** В процесі проведення варто звернути увагу учасників на можливість використання на тренінгу: фліпчарта, проектора (мультимедійний), відеокамери, диктофона, фотоапарата, магнітофона.

Детально обговорити правила підготовки різних графічних зображень і вибір засобів оформлення (різні наліпки, малюнки, вирізки з листівок тощо).

Дати поради щодо здійснення правильних записів на плакатах.

## **Тема 8. Ефективний зворотний зв'язок у процесі тренінгу (60 хв.)**

### **8.1. Міні-лекція «Зворотний зв'язок» (20 хв.)**

**Мета:** надати інформацію про види зворотного зв'язку, особливості використання та доцільність вибору.

**Хід вправи:** тренер пояснює, що означає поняття «зворотного зв'язку» в процесі тренінгу, важливість використання цієї процедури впродовж всієї роботи. Тренер має стежити, щоб висловлювання учасників були описовими, а не оціночними; конструктивними, мали позитивну спрямованість, не містили негативних вказівок тощо.

**Інформація для тренера.** Зворотний зв'язок — це висловлювання учасників щодо своїх вражень від навчання, від залучення до участі в навчальних вправах тощо.

Такі висловлювання допомагають краще усвідомити тематику навчання та поділитися досвідом з іншими учасниками, побачити себе очима інших учасників.



За необхідності, тренер повинен «вирівнювати ситуації», коригуючи висловлювання учасників, змінюючи акценти, наголошуючи на позитиві й конструктивні. Зворотний зв'язок здійснюється безпосередньо по ходу обговорення теми, виконання вправи чи завдання.

## **8.2. Групова робота «Презентація вправ від учасників на отримання зворотного зв'язку» (40 хв.)**

**Мета:** формування практичних навичок.

**Метод:** презентація вправ.

**Матеріали:** аркуші формату А1, маркери, сувеніри.

**Хід вправи:** учасники тренінгу, об'єднавшись у 4 групи, розробляють свій варіант вправи, яка дає можливість отримати тренеру зворотний зв'язок від учасників, беручи до уваги можливість їх застосування у майбутній професійній практиці.

Учасники кожної групи проводять презентацію своєї вправи та, за необхідності, відповідають на запитання учасників.

Вправи обговорюються, коригуються, піддаються багатосторонньому розгляду у спільній дискусії для подальшого впровадження в життя.

## **Тема 9. Оцінка ефективності тренінгу (40 хв.)**

### **9.1. Дискусія «Навіщо оцінювати ефективність тренінгу?» (20 хв.)**

**Мета:** обговорити важливість проведення оцінювання тренінгу.

**Хід вправи:** тренер пропонує учасникам взяти участь в обговоренні питання щодо необхідності проведення оцінювання тренінгу.

Бажано, аби всі учасники виказали свою думку, навіть якщо вона не зовсім відповідає тематиці, що допоможе зрозуміти тренеру, яким чином краще подавати інформаційний матеріал та на чому зупинитися більш детально.

Тренер разом з учасниками обговорює важливість вироблення критеріїв оцінки. Пояснює особливості кількісного та якісного оцінювання.

Окремо зупиняється на розробці інструментарію для загальної оцінки тренінгу (вхідна-вихідна анкети) та проміжної оцінки окремих занять (підсумок дня).

### **9.2. Презентація тренера «Методи оцінювання» (20 хв.)**

**Матеріали:** презентація (Додаток 3.8).

**Обладнання:** ноутбук, проектор.

## Підведення підсумків тренінгу, зворотний зв'язок, анкетування (60 хв.)

**Мета:** закриття групової роботи. Обговорення очікуваних результатів. Оцінка роботи тренера та організаторів.

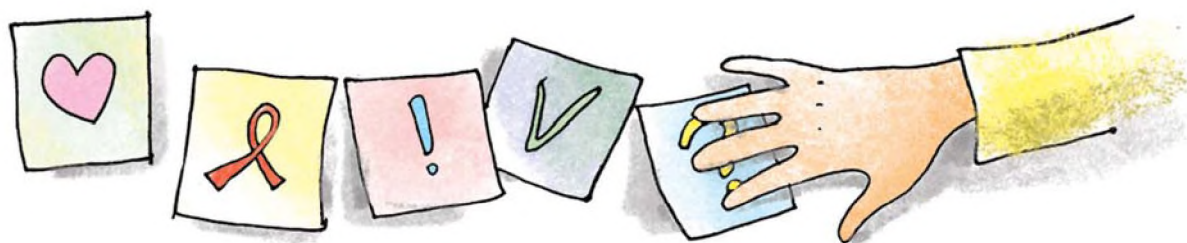
**Метод:** робота в колі.

**Хід справи:** робота завершена, виникає багато емоцій, вражень, позитивних побажань. Тренеру важливо завершити всі групові процеси і сприяти тому, щоб усі учасники відчували власні досягнення від участі в тренінгу.

Загалом, підведення підсумків та отримання зворотного зв'язку від учасників допомагає тренеру та організаторам оцінити відповідність між рівнем очікування та рівнем отриманих результатів в учасників.

Ще одним важливим атрибутом тренінгу є обмін контактами між учасниками.

Найбільш зручний спосіб оцінки, як правило, — це анкетування учасників тренінгу. Зразок вихідної анкети додається (*Додаток 3.9*).



### Додаток 3

### Інформаційні матеріали до сесії III

### 3.1. Вхідна анкета учасника

1. Вкажіть, будь ласка, чи є у Вас досвід тренерської роботи (підкреслити необхідне)

Так

Ні

Не значний

2. Вкажіть причини Вашої участі у цьому тренінгу (необхідне підкреслити):

- хочу отримати навички тренера;
- хочу навчитися проводити різні вправи;
- прийшов за компанію зі своїми друзями;
- хочу стати більш впевненим у собі;
- інше (вказати, що саме)

---



---

3. Вкажіть, чи достатньо у Вас знань щодо організації тренінгу (підкреслити необхідне):

Так

Ні

Не достатньо

4. Які знання Ви хотіли б отримати у процесі навчання?

---



---



---

5. Чи брали Ви раніше участь у тренінгах?

Так

Ні

6. Ваші побажання організаторам тренінгу:

---



---



---



---



---

**Дякуємо!**

## 3.2. Міні-лекція «Тренінг як інтерактивна форма навчання»

### Інформаційні матеріали

**Тренінг**<sup>10</sup> — це метод активного навчання, спрямований на розвиток знань, умінь, навичок та соціальних установок. Під час тренінгу вся група є активним учасником процесу навчання, впродовж якого учасники не тільки можуть ділитися чи обмінюватися своїми знаннями та практичним досвідом, але й шукати оптимальне вирішення проблемної ситуації. Як правило, тренінг включає різні методи роботи (як традиційні, так й інтерактивні).

Участь у тренінгу завжди добровільна. Навчання має передбачати можливість дискусування. Під час тренінгу відводиться час для того, щоб учасники могли поділитися власним досвідом, обговорити особисті чи професійні проблеми. До цього можна спонукати запитаннями, груповими дискусіями, рольовими іграми тощо.

Тренінг варто детально спланувати — всі ілюстративні, роздаткові матеріали, технічні засоби навчання потрібно розробити заздалегідь.

#### Переваги тренінгу:

- дає можливість отримати нові знання через інтерактивні форми роботи;
- допомагає вдосконалити та отримати нові вміння та навички;
- використовує попередній соціальний досвід учасників;
- передбачає емоційне залучення учасників;
- передбачає особисту мотивацію учасників тренінгу;
- надає можливість встановлення нових дружніх та професійних контактів.

#### Недоліки методу:

- може охопити лише невелику кількість учасників;
- потребує значної мотивації учасників;
- вимагає значних витрат часу та інших ресурсів;
- потребує ґрунтовної підготовки тренера.

Інтерактивне навчання передбачає використання різних видів активності учасників тренінгу: фізичної (рухова активність); соціальної (активність в соціальному оточенні — комунікація, взаємодія, взаємне прийняття); змістовної щодо тематики тренінгу.

Відповідно до того, яка активність домінує у грі, таке завдання й вирішуватиме у ході тренінгу певна гра чи вправа. Наприклад, якщо застосовуватимуться фізичні вправи, які не пов'язані зі змістом тренінгу, то вони виконуватимуть роль розминки, слугуватимуть засобом пожвавлення групи.

<sup>10</sup> **Інновації у соціальних службах:** Навч.-метод. посіб. / Семігіна Т.В., Покладова В.В., Грига І.М. та ін. — К.: Університетське видавництво «Пульсари», 2002. — С. 136–137.

### Атрибути (істотні складові) тренінгу:

- тренінгова група;
- тренінгове коло;
- спеціально прилаштоване приміщення та приладдя для тренінгу (фліпчарт, маркери тощо);
- тренер;
- правила групи;
- атмосфера взаємодії та спілкування;
- інтерактивні методи навчання;
- структура тренінгового заняття;
- оцінювання ефективності тренінгу.

Тренінгова група — це спеціально створена група, учасники якої за сприяння ведучого (тренера) включаються в інтенсивне спілкування, спрямоване на досягнення визначеної мети та вирішення поставлених завдань. Тренінгова група зазвичай включає 15–20 осіб. Така кількість людей дає змогу оптимально використати час та ефективно навчати людей.

### Технічні аспекти проведення тренінгу

Тренінгові заняття можуть бути різної тривалості: від 1,5–3-х годин до кількох днів поспіль. За тривалістю, найбільш вдалою формою групової роботи є проведення занять тривалістю 6–8 годин щоденно, протягом кількох днів.

За такої форми роботи передбачається велика обідня перерва (не менше години) та дві перерви по 15–20 хвилин через кожні 1,5–2 години роботи. Під час коротких перерв учасникам доцільно запропонувати напої (чай, каву, воду, соки тощо), можна й легку їжу (бутерброди, цукерки, печиво тощо). Вважається, що така тривалість перерви є достатньою для відновлення сил учасників.

Робочі місця для учасників у приміщенні можуть бути розташовані по-різному, але доцільно уникати «аудиторного» та «шкільного» стилів. Добре, коли стільці для учасників розташовуються колом — це сприяє створенню неформальної атмосфери, забезпечує можливість кожному бачити всіх учасників тренінгу, підкреслює рівнозначність позицій всіх учасників. Головне, що забезпечує сприятливу атмосферу для навчання у тренінговій групі, — правила, яких має дотримуватися кожний учасник.

Тренінг проводить тренер (ведучий), котрий спілкується з учасниками «на рівних», тобто є таким самим учасником тренінгової групи, як і інші учасники. Але він одночасно є й каталізатором всіх процесів, що відбуваються в групі для досягнення визначеної мети тренінгу.

Науковими дослідженнями встановлено, що людина засвоює лише близько 30% (або ще менше) інформації, яку вона чує або бачить. У випадку, коли вона бере активну участь в обговоренні питань, рівень засвоєння зростає приблизно до 50%.

Під час практичної роботи, особливо коли люди обговорюють свої дії, рівень засвоєння зростає приблизно до 75%.

Найвищий рівень засвоєння (близько 90%) спостерігається тоді, коли люди одразу застосовують набуті знання в реальному житті або навчають інших.



## Особливості різних стилів навчання

<b>Традиційне викладання</b> (лекції, семінари тощо)	<b>Інтерактивне навчання</b> (тренінги)
Формальна атмосфера	Неформальна атмосфера
Односторонній потік інформації від викладача до слухачів	Інтерактивний обмін інформацією в обох напрямках між тренером і учасниками, а також між самими учасниками
Викладач вважається носієм знання	Знання і досвід учасників визнаються і цінуються
Викладач навчає людей	Тренер допомагає учасникам навчатися
Навчання переважно спрямоване на надання знань	Навчання не обмежується знаннями, переважно спрямоване на зміни ставлення та поведінки (прищеплення навичок)
Слухачі пасивно сприймають матеріал	Учасники активно діють
Місця для учасників розташовані у традиційний аудиторний спосіб — орієнтовані на центральну особу: викладача	Розташування місць для учасників змінюється залежно від завдань тренінгу: за колом, півколом, малими групами тощо
Учасники, не будучи рівноправними з викладачем дійовими особами процесу навчання, відчувають певне відсторонення, безвідповідальність за результати	Учасники відчувають свою причетність до процесу навчання, відповідальність за результати, вважають тренінг «своєю власністю»
Складно тривалий час підтримувати увагу та інтерес за одноманітної форми діяльності	Чергуючи різноманітні форми діяльності, легше підтримувати увагу та інтерес
Переважно одна людина говорить протягом тривалого часу	Всі учасники мають можливість вільно висловлювати свої думки
Арсенал методів навчання, як правило, обмежений	Як правило, застосовується широкий спектр методів навчання
Складно забезпечити зворотний зв'язок щодо розуміння матеріалу та оцінювання результатів безпосередньо в процесі навчання	Зворотний зв'язок забезпечений безпосередньо в процесі навчання, що дає змогу оперативно коригувати навчальний процес, з'ясовувати незрозумілі питання

Для досягнення максимальної ефективності тренінгу потрібно використовувати різні канали сприйняття інформації у різних комбінаціях. Перевагу доцільно надавати таким методам, коли учасники одночасно чують і бачать інформацію стосовно питань, що вивчаються, обговорюють її, виконують вправи, в ході яких пояснюють свої дії, дискутують з цього приводу з іншими людьми, навчають один одного.

Важливим елементом тренінгу є активність кожного учасника в процесі навчання, і саме тренеру відводиться важлива роль у цьому процесі, оскільки він знає що і як робити; не допускає недоцільних відхилень від основної мети і завдань тренінгу; допомагає шукати шляхи вирішення завдань, стимулює активність учасників тощо.

### 3.3. Презентація «Мистецтво бути тренером»

#### Слайд 1

Ефективний тренер має мати наступні навички міжособистісного спілкування:

- здатність легко, невимушено поводитися з іншими людьми;
- демонструвати їм власну відкритість;
- дружнє ставлення, ентузіазм, терплячість, почуття гумору.

Такий стиль спілкування з боку тренера заохочує учасників тренінгу до адекватної поведінки у відповідь: так само бути відкритими до навчання, зберігати інтерес, проявляти активність, ставити запитання тощо.

#### Слайд 2

Серед необхідних якостей ефективного тренера варто назвати: ґрунтовне знання тематики навчання та уміння пояснити його у цікавій та доступній формі, вміти утримувати увагу учасників протягом тривалого часу, бути готовим до нестандартних дій та вирішення критичних ситуацій, позитивна налаштованість, витримка, толерантність.

#### Слайд 3

Кожен тренер має свій стиль проведення тренінгу, який не може набуватися лише шляхом теоретичного навчання. Він формується на практиці, і той, хто бажає опанувати на професійному рівні навички тренера, має бути готовим до того, що власний тренерський стиль можна також розвинути методом спроб та помилок.

#### Слайд 4

Існують загальні правила успішності тренера:

- вміти прислуховуватися до своїх почуттів;
- пам'ятати про задоволення власних емоційних потреб, адже ведення тренінгу вимагає великих психофізіологічних витрат, які потрібно уміти вчасно поповнити;
- доброзичливо оцінювати свою роботу, а також залучати до цього процесу колег, які могли б надавати професійні поради.

#### Слайд 5

##### Основні функції тренера

Функції	Коментар
Поважне ставлення до особистості учасників	Поведінка тренера ґрунтується на його особистих якостях: доброзичливості, інтересі до учасників, сприйнятті їх такими, якими вони є, прагненні задовольнити їхні потреби в повазі та адекватному сприйнятті.
Інтерпретація групового процесу	Являє собою пояснення (пояснювальні теоретичні концепції, коментарі процесу навчання, ініціювання доречних вправ, дискусій, роздумів тощо) для кращого розуміння учасниками себе, своєї поведінки та групових процесів.

	Тренеру потрібно достатньо майстерності, щоб уникати ролі вчителя та вміти виконувати роль ненав'язливого наставника, коментатора, експерта.
Емоційна стимуляція учасників	<p>Передбачає поведінку, за якої тренер демонструє відкритість, свої почуття, думки та позитивні установки, слугуючи для учасників моделлю того, як потрібно працювати в групі.</p> <p>Це сприяє розвитку довіри учасників до тренера, стимулює їхню віру у власні сили і спроможності.</p>
Структурування групового процесу	Стеження тренером дотримання групою заданих меж процесу навчання — часових норм, правил тренінгу, стилів поведінки, раціонального вибору ролей тощо.

## Слайд 6

### Види діяльності тренера та учасників тренінгу

Учасник	Група
Уважне слухання учасника	Заохочення групової згуртованості
Уточнення висловлювань учасника та переформулювання	Заохочення толерантності усередині групи
Стимуляція зворотного зв'язку	Дозування напруги
Демонстрація симпатії	Врахування і подолання опору
Попередження психологічного тиску	Узагальнення та підведення підсумків
Підтримка і турбота	Організація та заохочення взаємодії
Заохочення до активної роботи	Попередження конфліктів у групі
Допомога в усвідомленні матеріалу	Діагностика стану групи та ситуацій, що виникають
Попередження конфронтації з учасником, з'ясування конфліктних ситуацій	Забезпечення можливості рухової активності учасників у ході тренінгу
Допомога у перенесенні групового досвіду в реальне життя	

## Слайд 7

### Види тренерської компетентності

*Технічна компетентність* включає уміння трансформувати мету, поставлену замовником, у систему конкретних навчальних завдань, відповідно підібраних методів, технік, вправ, ігор, прийомів, застосувати цей технічний навчальний арсенал на практиці.

*Міжособистісна комунікативна компетентність* — це розвинуті комунікативні навички, уміння уважно спостерігати групові процеси та вірно й швидко їх інтерпретувати в ході тренінгу, високий рівень усвідомлення себе та розуміння інших людей.

*Контекстуальна компетентність* передбачає знання соціального контексту й обставин, пов'язаних з професійними особливостями учасників тренінгу, розуміння соціальних та професійних цілей організації, яка замовляє тренінг, стереотипів, прагнень та уподобань, характерних для соціального середовища, у якому живуть і працюють учасники тренінгу. Володіння такою інформацією не менш важливе, ніж добре знання предмету тренінгу, що

у сукупності дає можливість досягти відповідності результатів тренінгу очікуванням замовника.

*Адаптивна компетентність* — це здатність передбачити зміни, імовірні у тренерській роботі, швидко пристосовуватись до особливостей нового змісту навчання, нових учасників тренінгу, нестандартного перебігу тренінгових подій тощо.

*Концептуальна компетентність* передбачає добре володіння загальноприйнятими основами знань з природничих та гуманітарних дисциплін, на яких базується тренерська практика.

*Інтегративна компетентність* — це вміння оперативно приймати необхідні рішення з урахуванням різноманітних компонентів проблеми, що виникла, забезпечувати цілісне інтегрування цих компонентів у вигляді оптимального рішення, творче ставлення до тренерської діяльності.

### 3.4. Міні-лекція «Особливості підготовки навчальної програми тренінгу»

#### Інформаційні матеріали

##### Планування тренінгу (підготовка робочого плану):

1. Необхідно визначитися зі змістом тренінгу, провести їх загальний опис у певній послідовності, зручній для опрацювання учасниками.
2. Обрати методи роботи для кожного заняття.
3. Визначити час, який буде необхідний для викладання кожного заняття та розписати відповідно до загальної тривалості тренінгу.
4. Визначити перерви, враховуючи особливості аудиторії, де буде проходити тренінг (його віддаленість від місць харчування, туалетних кімнат тощо);
5. Передбачити час на початку кожного навчального дня для аналізу основних досягнень, відповідей на запитання та пояснення нез'ясованих питань попереднього дня.
6. Передбачити час, аби наприкінці кожного навчального дня учасники мали можливість поставити запитання або зробити зауваження (це допомагає контролювати перебіг тренінгових подій.)

##### Структура тренінгу

За структурою тренінг завжди складається зі вступу, основної частини та завершальної частини (підведення підсумків). Кожна із цих частин характеризується своїми завданнями та вимагає окремого підбору необхідних вправ, які займають різний часовий проміжок.

	Завдання	Вправи
Вступ	Створення сприятливого психологічного простору. Засвоєння правил роботи групи. Налагодження зворотного зв'язку «тренер-група» і «група-тренер». Створення умов для рефлексії*.	<ul style="list-style-type: none"><li>• знайомство</li><li>• правила</li><li>• розминка</li><li>• очікування</li><li>• вправи на рефлексію</li></ul>
Основна частина	Оцінка рівня поінформованості щодо проблеми. Актуалізація проблеми й конкретних завдань для їх розв'язання. Надання інформації, засвоєння знань. Формування вмінь, навичок. Підведення підсумків щодо змісту роботи.	<ul style="list-style-type: none"><li>• інтерактивні техніки</li><li>• вправи на оцінку групових процесів, стану групи</li></ul>
Завершальна частина	Підведення підсумків процесу роботи. Оцінка отриманого досвіду. Налаштування учасників на подальше застосування отриманих знань та навичок.	<ul style="list-style-type: none"><li>• вправи на рефлексію й відновлення сил учасників</li><li>• прощання</li></ul>

\* Рефлексія (від лат. reflexio — відображення) — осмислення людиною власних дій та їх закономірностей, діяльність, самопізнання, що розкриває специфіку духовного світу людини, самоаналіз.

## Етапи тренінгу

Усі тренінги складаються з однакових етапів. Але об'ємне співвідношення цих етапів у кожному окремому тренінгу може бути різним. Це залежить від: мети тренінгу; цільової групи — чим молодша цільова група, тим більше ігрових завдань (розминок, вправ на згуртування чи активізацію групи) і менше інформаційних блоків; тривалості тренінгу; рівня підготовленості групи (якщо група добре поінформована, більшу кількість часу можна присвятити формуванню навичок та обговоренню теми).

### ВСТУП

#### (5% робочого часу)

Це етап, протягом якого відбувається коротка презентація цілей і завдань тренінгу, організаторів, запрошених гостей (представників владних і суспільних структур). Мету й завдання тренінгу завжди повідомляє ведучий.

### 1 ЕТАП. ЗНАЙОМСТВО

#### (5% робочого часу)

Учасники придивляються один до одного, встановлюються міжособистісний контакт. Тренер першим представляється аудиторії. Форма спілкування на тренінгах вимагає коротких звертань між учасниками. Як правило, це імена учасників.

Після вітання ведучого знайомство можна провести за допомогою вправи «Інтерв'ю» (якщо на це досить часу й план роботи припускає близьке знайомство учасників). При проведенні тривалого тренінгу в другий, третій і наступні дні даний етап називається «ВІТАННЯ» і проводиться для відновлення в пам'яті імен учасників групи й створення робочої атмосфери.

### 2 ЕТАП. ОЧІКУВАННЯ УЧАСНИКІВ

#### (3% робочого часу)

На цьому етапі учасники висловлюють свої очікування від тренінгу. Даний етап можна проводити по-різному: висловлення по колу, обговорення в парах або малих групах з наступним винесенням на групове обговорення. Можливі наступні формулювання питань від тренера: «Що вам сказали/ви чули про тренінг?»; «Як ви думаєте, що тут буде відбуватися»; «Навіщо ви прийшли на цей тренінг?»; «Що ви прагнете одержати/довідатися на цьому тренінгу?»; «Чого ви чекаєте від тренінгу?». Якщо часу на проведення тренінгу небагато, то ці питання можна вставити в процедуру гри «Інтерв'ю» і таким чином об'єднати два етапи: «Знайомство» і «Очікування».

Цей етап є дуже важливим. Очікування учасників не завжди можуть збігатися із цілями й завданнями тренінгового заняття. Бувають випадки завищених очікувань з боку учасників, або навпаки — незацікавленості в участі. Тому, за необхідності, інформація про очікування учасників може допомогти тренеру скоригувати програму тренінгу.

### 3 ЕТАП. ПРИЙНЯТТЯ ПРАВИЛ РОБОТИ ГРУПИ

#### (5% робочого часу)

Процес прийняття групових правил є, зазвичай, колективним. Якщо хтось із учасників групи не згодний з тим або іншим правилом, це правило не ухвалюється. Необхідно пам'ятати, що правила повинні допомагати, а не заважати проводити тренінг! Не варто придумувати занадто багато правил. Усі прийняті правила мають бути свідомо обраними, взаємно погодженими та легко виконуватися в ході роботи.

На короткому тренінгу (триває від 1,5 до 3 год.) правила може назвати тренер, пояснивши їх значення й необхідність дотримання.



#### **4 ЕТАП. ОЦІНКА РІВНЯ ПОІНФОРМОВАНOSTI (5–10% робочого часу)**

Щоб не повторювати добре відому учасникам інформацію, потрібно з'ясувати, що вони знають про запропоновану проблематику. Для цього варто поставити запитання в групі або використати вхідні анкети.

При проведенні тривалого семінару на другий, третій і наступні дні даний етап може поєднуватися з етапом «Очікування учасників».

#### **5 ЕТАП. АКТУАЛІЗАЦІЯ ПРОБЛЕМИ (10–30% робочого часу)**

Цей етап можна використовувати для того, щоб активізувати в учасників інтерес до проблеми, сформулювати в них мотивацію до вивчення проблематики, а також для того, щоб вони усвідомили її значимість й перспективність у подальшому житті.

#### **6 ЕТАП. ІНФОРМАЦІЙНИЙ БЛОК (20–40% робочого часу)**

Інформаційний блок повинен бути лаконічним, системним, відповідати заявленій темі. Тренер має бути готовим розширити подачу матеріалу, якщо виникне таке прохання в учасників, але при цьому не виходити за відведені часові рамки. Якщо через такі відступи не вдасться викласти весь необхідний матеріал, то необхідно попросити групу його опрацювати самостійно аби на наступне заняття повернутися до нього з метою надання пояснень чи коментарів. Такі дії потрібно виконувати тільки на етапі «Інформаційний блок» і не відволікатися під час проведення інших. Якщо не дотримуватися цього алгоритму дій, то може відбутися зміна тематики, тобто «відхід у сторону» від попередньо заявленого плану тренінгової роботи.

Необхідно мати на увазі, що весь інформаційний матеріал має бути поділений на невеликі частини (логічно складені та завершені) та розподілені впродовж всього тренінгу. Завдання тренера так викласти інформацію, щоб вона була почута й усвідомлена (адже навіть при добре проведеній лекції із застосуванням аудіовізуальних засобів відбувається засвоєння тільки 30% інформації). Тому потрібно використовувати всі можливі засоби для збільшення уваги слухачів. Як правило, це презентації, різні наочні матеріали, фотографії, відео, дискусії, рольові ігри та інший роздатковий матеріал. Аби полегшити сприйняття матеріалу можна підготувати роздатковий інформаційний матеріал, який учасники отримають перед початком інформаційного блоку та будуть з ним працювати в процесі його проведення.

#### **7 ЕТАП. НАБУТТЯ ПРАКТИЧНИХ НАВИЧОК (20–60% робочого часу)**

Набуття корисних практичних навичок залежить від теми тренінгового заняття, мети та завдань. Залежно від теми тренінгу, крім загальних навичок, які повторюються на кожному тренінгу, варто закладати специфічні, що стосуються саме цієї навчальної тематики.

До загальних відносять навички щодо уміння спілкуватися, приймати рішення та бути готовим до зміни стратегії поведінки. Тобто мова йде про наступне:

##### **1. Комунікативні**

Напрацьовуються в ході всього тренінгу за допомогою спеціальних ігор, індивідуальних та групових завдань, спеціальних вправ тощо.



## 2. Прийняття рішень

Можна використовувати «мозкові штурми»; рольові ігри, спрямовані на усвідомлення проблеми; групові завдання.

## 3. Зміна стратегії поведінки

Для зміни стратегії поведінки найчастіше використовують рольові ігри, моделювання складних життєвих ситуацій, форум-театри тощо. Набуття цих навичок допоможе учаснику оперативніше знаходити вихід у складній ситуації; успішно адаптуватися до соціального середовища; працювати над підвищенням рівня професійних навичок.

Тренер має пам'ятати, що етапи «Інформаційний блок» та «Набуття практичних навичок» мають досить гнучку структуру; у цих етапів немає чітких часових рамок і обов'язкового порядку проходження, вони часто проводяться паралельно або «вмонтовані» між собою.

## 8 ЕТАП. ЗАВЕРШЕННЯ РОБОТИ. ОТРИМАННЯ ЗВОРОТНОГО ЗВ'ЯЗКУ (5% робочого часу)

Завданнями цього етапу є підведення підсумків тренінгу, визначення відповідності результатів до очікування учасників; оцінювання рівня поінформованості шляхом проведення вихідного анкетування. Для підвищення ефективності тренінгу та заохочення майбутньої участі тренерами практикується «роздача слоників на пам'ять» (пам'ятні сертифікати, значки, сувеніри). Це ще один «якір пам'яті» про тренінг та інформацію, отриману учасниками.

### Особливості підбору вправ для кожної частини тренінгу<sup>11</sup>.

Вправи, як форма тренінгової роботи, надзвичайно ефективно допомагають тренеру вирішити основні завдання, що виникають у процесі групового навчання.

Вони полегшують процедуру знайомства учасників тренінгу, дають можливість з'ясувати їхні очікування від тренінгу, сприяють досягненню згуртованості групи, полегшують міжособистісне спілкування, стимулюють взаємодію людей між собою, допомагають сформувати команду однодумців, дають можливість тренеру вірно діагностувати наявний стан групи в кожний період часу, своєчасно попередити можливі конфлікти між учасниками, чергувати інтелектуальну працю з необхідним фізичним навантаженням, загалом успішно розпочати, провести і завершити тренінг.

Тренер використовує вправи для досягнення найрізноманітніших цілей — наприклад, для заохочення слухачів до відвертого спілкування, оприлюднення ними перед групою набутого професійного та життєвого досвіду; вирішення специфічних навчальних завдань щодо закріплення тренінгового матеріалу та вироблення потрібних навичок.

Вправи дають змогу досягти численних цілей, зокрема:

- подолати ніяковість і представити учасників один одному, коли вони щойно познайомилися;
- зарядити учасників енергією, коли відчувається знесилена після обідньої перерви або після довготривалого заняття, під час якого учасники були змушені мало рухатись;
- створити командний дух;
- сприяти спілкуванню;
- переглянути матеріал заняття, аби закріпити поняття, представлені раніше; урізноманітнити заняття і внести в них елемент розваги.

<sup>11</sup> Технологія проведення тренінгів з формування здорового способу життя молоді / Г. М. Бевз, О. П. Главник – К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2004. – Кн. 1. – 131 с. (Сер. «Навч. матеріали для проведення тренінгів з формування здорового способу життя за моделлю «Молодь за здоров'я»». У 12 кн.).

### 3.5. Групова презентація «Застосування різних форм та методів роботи на різних етапах тренінгу»

#### Інформаційні матеріали

Форма подачі інформаційного матеріалу — коли кілька осіб, по черзі, подають інформацію аудиторії. Учасники групової презентації мають знати, що така форма виступу має бути певної тривалості (10–20 хв.).

Як правило, повідомлення кожного із учасників присвячене якомусь одному із аспектів однієї заданої (чи вибраної) теми. (Наприклад, якщо презентація присвячена тематиці з ВІЛ/СНІД, один з доповідачів може поінформувати про соціальний аспект проблеми, інший — про соціально-економічні наслідки для людей, які живуть з ВІЛ, третій — представити можливі варіанти дій громади, спрямовані на формування толерантності тощо).

Зазвичай, після завершення презентації передбачаються запитання від аудиторії кожному доповідачеві.

#### Мозковий штурм

Можна використовувати для вироблення широкого спектру ідей як серед широкого залу (всієї групи), так й для малої групи учасників.

Мозковий штурм проводиться у два етапи: на першому етапі формулюються ідеї, на другому — їх аналізують та оцінюють.

Зазвичай, використовується аркуш паперу А1, де один з учасників (або тренер) записує ідеї так, щоб усі могли їх бачити. Це стимулює мислення і зручно для відбору кращих ідей у ході оцінювання на другому етапі.

Перший етап триває здебільшого 5–10 хвилин, протягом яких учасники швидко висловлюють усі ідеї, що спадають їм на думку. Ці ідеї записуються без коментарів та оцінок. Якщо декотрі ідеї повторюються, вони позначаються відповідну кількість разів. На цьому етапі усі думки мають однакову цінність, тому що їх кількість поки що важливіша, ніж якість. Часто буває, що якась одна ідея тягне за собою низку інших.

Другий етап триває зазвичай 10–15 хвилин. На цьому етапі схожі ідеї об'єднуються в групи, обговорюються та оцінюються. По мірі того, як декотрі ідеї будуть визнані учасниками менш продуктивними, вони викреслюються з переліку, який у підсумку містить найкращі думки учасників.

Часто буває корисно для формулювання ідей розподілити учасників за малими групами, а згодом об'єднати їх для подальшого обговорення й оцінювання у складі всієї групи.

Для ефективного мозкового штурму корисно також виокремити два типи ідей, запропонованих учасниками — таких, що здаються на перший погляд найбільш імовірними для реалізації, та навпаки — найнеймовірнішими.

Такий розподіл може бути продуктивно використаний для початку обговорення та оцінювання ідей. Використання найнеймовірніших відповідей спонукає людей розглядати питання з різних точок зору, запроваджувати нестандартний підхід та враховувати оригінальні погляди.

#### Міні-лекція

Міні-лекції відрізняються від традиційних лекцій значно меншою тривалістю за часом. Зазвичай, міні-лекції не тривають довше 10–15 хвилин, і використовуються для того, щоб стисло донести нову інформацію для всіх учасників тренінгу.

Вони мають бути логічними, добре структурованими та не переобтяженими теоретичною інформацією, яка складно сприймається або засвоюється.

Міні-лекції застосовують як частину загальної теми, що розглядається на тренінгу, але з метою полегшеного сприйняття та інтерактивного спілкування з учасниками, які можуть задавати запитання в процесі викладання матеріалу.

Тому в навчальній програмі тренінгу теоретична інформація надається окремими частинами (темами), між якими застосовуються інші форми й методи навчання: вправи на перевірку засвоєння матеріалу, рухавки, обговорення, групова робота тощо.

## Рольова гра

Це ефективна навчальна методика, яку використовують для більш ефективного впливу на учасників (тобто для усвідомлення навчального матеріалу й вироблення практичних навичок).

Як правило, за допомогою рольової гри можна відпрацювати певні види поведінки перед тим, як розпочати свою практичну діяльність у соціумі. Наприклад, пошук спонсорів для проведення акції з толерантного ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД, вимагає роботи з державними службовцями, представниками бізнесу, відомих людей тощо. Волонтери повинні навчитися спілкуватися та чітко пояснювати необхідність таких дій у суспільстві.

Особливості проведення рольових ігор:

- тренер має чітко розуміти ціль використання цього методу роботи;
- учасники повинні отримати від тренера чіткі інструкції щодо теми, яку вони представлятимуть (або виробити тему самостійно), а також визначитися із часом на підготовку та презентацію;
- з метою виявлення емоцій та отримання інформації про психологічне реагування на події, які мали місце (для тренера), після проведення вправи проводиться дебрифінг;
- глядачі (спостерігачі) можуть представити свої коментарі щодо моментів гри, на які вони звернули увагу;
- тренер підсумовує обговорювані моменти, звертає увагу на інші моменти, які, можливо, випали з поля зору учасників під час презентації;
- тренер має бути готовим втрутитися, якщо група відхиляється від заданої теми, або презентація триває надто довго.

Рольова гра потребує значного часу: на пояснення учасникам, що вони мають робити, відводиться близько 3 хв.; щоб підготуватися групі до презентації — близько 10 хв.; щоб провести презентацію — до 12 хв.; щоб провести дебрифінг — до 10–15 хв.

### 3.6. Презентація «Етапи розвитку групи. Роль тренера на кожному етапі»

#### Слайд 1

Тренінгова група проходить певний життєвий цикл, який включає зміни, що можуть відбуватися з кожним учасником від початку до завершення тренінгу.

Успішна робота групи на тренінгу можлива лише за наявності балансу між напругою та згуртованістю учасників.

Надмірний рівень напруги породжує конфлікти, а надмірна згуртованість заважає здатності групи до конструктивного розвитку в напрямі досягнення мети тренінгу.

#### Слайд 2

Модель розвитку групової динаміки

Частини тренінгу	Стадії групової динаміки	Особливості формування групової динаміки
Вступна	<b>1. Формування, нормування</b> Учасники тренінгу формують норми взаємодії.	Серед учасників існує напруження, збудження, страх, невпевненість тощо.
Основна	<b>2. Штурмування</b> Існує напруга, зіткнення інтересів, можливий конфлікт, який потрібно попередити.	З боку деяких учасників відбуваються спроби домінування. Тренер контролює перебіг подій, спрямовує роботу учасників на постановку проблеми та пошук шляхів її вирішення, попереджує можливі деструктивні дії, адже їх розвиток може демобілізувати групу і змінити напрям розвитку.
	<b>3. Функціонування</b> Існує згода, співробітництво, компроміс, емоційна згуртованість учасників.	Найбільш продуктивна стадія конструктивної роботи згуртованої групи. У цей час вирішуються всі основні завдання завдяки тому, що учасники навчилися дотримуватися правил тренінгу, ефективно розв'язувати проблеми, що виникають.
Завершальна	<b>4. Відмирання</b> Існує інтеграція особистісних та групових потреб, в результаті чого група може розпастися, якщо робота своєчасно не завершена.	Робота завершена, виникає багато емоцій, вражень, позитивних побажань. Тренеру важливо завершити групові процеси аби усі учасники відчули власні досягнення на тренінгу, його достатність і відповідність очікуванням, що є найважливішим на цій стадії розвитку групи.

#### Слайд 3

Розвиток групової динаміки завжди передбачає наявність процесу, коли кожна наступна стадія зумовлена попередньою. Отже тренер повинен дати цьому процесу відбутися, слідкуючи за тим, щоб мінімізувати всі перешкоди на шляху розвитку групи.

**Слайд 4**

Знання тренера щодо сутності групової динаміки допомагає управляти процесом розвитку групи, спрямовувати її на досягнення бажаних результатів.

Тренер має пам'ятати, що:

- стадії групової динаміки найбільш чітко і яскраво проявляються у тривалих тренінгах (від двох днів);
- активність учасника в групі є еквівалентом ефективності його навчання;
- ефективність розвитку процесів групової динаміки у навчальних тренінгах значно залежить від рівня довіри та згуртованості учасників групи;
- успішно вирішити всі поставлені завдання навчального тренінгу група може тільки в тому разі, коли відбудеться досягнення стадії функціонування (третьої стадії, для якої характерна стабільна працездатність групи).

### 3.7. Міні-лекція «Особливості технічного забезпечення тренінгу: корисні поради»

#### Канцелярія

1. Зошити/блокноти із твердою обкладинкою (для того, щоб можна було писати, сидячи в колі) мають бути розраховані на всіх учасників.
2. Потрібно сформувати для кожного учасника папки з роздатковими матеріалами (анкети, тести, інформаційні буклети тощо). Добре, коли на кожному зошиті або папці є стікер/наклейка з назвою семінару, датою проведення та координатами організації.
3. Бейджи/значки для імен учасників, тренерів і запрошених.
4. Ватман або альбоми для фліпчарту, наприклад на триденний тренінг може знадобитися близько 20 аркушів.
5. Фліпчарт. Добре, коли він є!
6. Маркери різного кольору (1 набір для тренера).
7. Фломастери, кольоровий папір, якщо вони необхідні для проведення вправ.
8. Чистий папір (формат А4) — завжди пригодиться.
9. Скотч — один.
10. Ножиці — одні.
11. Кнопки — 1 коробка.
12. Скріпки — 1 коробка.

Усе перераховане вище доречно, якщо у вас є на це гроші, якщо ж ні, то:

- скажіть учасникам, щоб зошити/блокноти й ручки принесли із собою;
- бейджи/значки для імен учасників замінити листочками, які можна прикріпити булавками;
- ватман замінити недорогим рулонним папером (навіть шпалерами) або старими плакатами, на яких можна писати зі зворотнього боку;
- фліпчарт (погано, коли його нема, але можна й без нього.);
- маркери — знайдіть хоча б один, краще два, різного кольори;
- скотч, ножиці, кнопки (швидше за все, знайдуться без грошей).

#### Оргтехніка

До початку тренінгу можна подумати про те, яке технічне оснащення може знадобитися. Це може бути:

- музичний центр для проведення вправ і організації перерви;
- телевізор і відеомагнітофон для показу відеоматеріалів;
- проектор для слайдів;
- фотоапарат допоможе зафіксувати цікаві моменти семінару;
- копіювальний апарат для розмноження роздаткових матеріалів, анкет і матеріалів, що напрацьовуються в ході тренінгу, наприклад результатів «мозкового штурму»;
- відеокамера для проведення вправ і зйомок самого тренінгу.

Варто пам'ятати, що зйомки можна проводити тільки з дозволу учасників — камера може сковувати учасників.

## Їжа

Організація харчування учасників прямо залежить від наявності засобів. Необхідно пам'ятати про те, що почуття голоду може заважати засвоєнню інформації, втім, як і переїдання. Якщо тренінг буде проходити цілий день, то варто запланувати дві перерви на чай/каву (у першій і другій половині дня) та перерву на обід.

## Робота із плакатами та ведення записів на фліпчарті

Дані рекомендації носять скоріше пояснювальний характер, який пов'язаний зі специфікою проведення тренінгу. Отже:

- потрібно писати чіткими друкованими літерами, використовувати розкреслений папір (так легше дотримуватися горизонтальної лінії);
- дотримуватися «золотого правила» тренера: 8 ліній (рядів), 5 слів (в одному ряді) і чисте поле по периметру аркуша (у випадку необхідності додаткових записів чи пояснень);
- віддавати перевагу темним кольорам маркерів, їх краще видно з різних частин аудиторії, де проводиться тренінг;
- стежити за правописом, уникаючи помарок і помилок у словах;
- бажано використовувати картинки на плакатах (вони створюють гарний настрій для учасників);
- якщо якісь плакати повторюються, то краще їх якомога довше зберігати в робочому стані, щоб зайвий раз не переписувати.

## Корисні поради

Для тренінгу характерно незвичайне розташування учасників в аудиторії: вони розсідаються, як правило, по колу. Загалом, робочі місця для учасників у приміщенні можуть бути розташовані по-різному, але доцільно уникати «аудиторного» та «шкільного» стилів.

Аудиторія для проведення тренінгу повинна бути просторою, з меблями, що вільно пересуваються. У ній не повинне бути ніяких перешкод (столи, парти, зайві стільці), що відгороджують учасників один від одного.



### 3.8. Міні-лекція «Методи оцінювання ефективності тренінгу»

Оцінювання є важливою частиною тренінгу, тому що позитивні/негативні зауваження інших людей допомагають дізнатися, як поліпшити навчання, як сприймаються застосовані стиль і методи викладання. Крім того, коли учасники ретельно обмірковують свої оцінки, вони чіткіше усвідомлюють, якою мірою досягли очікуваних від тренінгу результатів.

Доброю практикою є оцінювання, що проводиться наприкінці кожного навчального дня. Воно створює міцний зворотний зв'язок між учасниками і тренером, дає можливість своєчасно й ефективно розв'язати незрозумілі питання та скоригувати навчання. Мета оцінювання в тренінгу полягає в тому, щоб визначити:

- чи досягли тренер та учасники поставленої мети тренінгу;
- які складові змісту та методики навчання виявилися більш, а які менш ефективними;
- які потреби учасників тренінгу необхідно задовольнити, які нові потреби виникли в ході тренінгу;
- які дії потрібно здійснити далі у процесі навчання.

Для виконання оцінювання спершу потрібно вирішити: що буде оцінюватись; коли відбуватиметься оцінювання; як буде проведено оцінювання; хто виконуватиме оцінювання.

В соціології існує окрема дисципліна — теорія оцінювання, яка має власну методологію, методику, використовує різні, досить складні якісні та кількісні методи оцінки, застосовує широкий арсенал соціологічного інструментарію для виконання оцінок<sup>12</sup>.

Але для потреб практичного оцінювання тренінгу з боку учасників не варто ускладнювати цей процес, застосовуючи теорію оцінювання в повному об'ємі, тим більше, що і опанувати її неможливо в короткий час.

Доцільно обмежитись найбільш простими й зручними в користуванні варіантами оціночного інструментарію, які наведені нижче.

**Фокус-група.** Проводиться в формі вільного обговорення питань, які виокремлені як критерії ефективності тренінгу, для чого учасники групи збираються в призначеному місці в обумовлений час.

Тривалість обговорення не повинна перевищувати 1,5 години, під час якого необхідно надати можливість висловитися кожному учасникові. Ведучий спершу дякує учасникам за відгук на пропозицію обговорення; повідомляє мету зібрання і правила роботи (говорити по-черзі, без критики, вільно висловлювати свої думки тощо); по чергово задає групі підготовлені питання й контролює, щоб учасники надавали конкретні відповіді, фіксуючи їх; сприяє розвитку довіри в групі, щоб учасники могли відчувати себе комфортно та вільно висловлювати свої думки.

**Анкетування «на вході» та «на виході».** Завчасно складаються анкети, які спрямовані на перевірку поінформованості учасників щодо тем тренінгу.

Анкети заповнюються учасниками до початку тренінгу та після його завершення. Це робиться для того, щоб можна було легко порівняти їх між собою, і виявити зміни, які відбулися в знаннях і поглядах учасників після тренінгу.

<sup>12</sup> Вайс Керол Г. Оцінювання: Методи дослідження програм та політики / Пер. з англ. Р. Ткачука та М. Корчинської; наук. ред. пер. О. Кілієвич. – К.: Основи, 2000. – 671 с.

### 3.9. Вихідна анкета учасника

1. Що на тренінгу сподобалося Вам найбільше і чому (тематика навчання, процес навчання, робота тренера, учасники, місце проведення)?

---



---



---

2. Що не сподобалося і чому (тематика, побудова програми, робота тренера, організація тренінгу, місце проведення тощо)?

---



---



---

3. Чи отримали Ви відповіді на питання, з якими прийшли на тренінг?

---

4. Шляхом позначки відповідного числа, дайте оцінку корисності наданої інформації (у відсотках) або напишіть своє число:

100	80	60	40	20	0

5. Яким чином Ви зможете використати отримані знання та набуті навички?

---



---



---

6. Чи вплинула участь у тренінгу на Ваше сприйняття навчального матеріалу

Так

Ні

Дуже мало

7. Як би Ви оцінили тренінгове навчання та роботу тренера в цілому (за 10-бальною шкалою, де 1 — дуже погано, 10 — відмінно)?

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

8. Ваші побажання тренеру:

---



---



---

9. Ваші побажання організаторам тренінгу:

---



---



---

**Дякуємо!**



## Сесія IV

**Тренінг «Вчимося формувати толерантність,  
або популярно про форми та методи  
інформаційно-просвітницької роботи»**

*(автор — Наталія Гусак)*

**Мета:** надати учасникам інформацію про інтерактивні форми та методи роботи з питань підготовки волонтерів до роботи з толерантності.

**Завдання:**

1. З'ясувати поінформованість учасників щодо інтерактивних форм та методів роботи та досвід їх застосування у практичній роботі.
2. Надати інформацію про основні види інтерактивних форм та методів роботи.
3. Відпрацювати навички застосування основних видів інтерактивних форм та методів роботи.
4. Визначити доцільність застосування різних форм та методів роботи залежно від цільової аудиторії, кількості учасників тощо.

**Тривалість:** 3 дні.

## Робочий план

### Перший день

Час проведення	Зміст роботи	Тривалість, хв.	Необхідні ресурси
10:00–10:20	А. Реєстрація учасників та попередня оцінка знань	20	Вхідна анкета (Додаток 4.1)
	Б. Вступна частина	60	
10:20–10:25	1. Представлення тренера	5	
10:25–10:35	2. Представлення тренінгу	10	Проектор, ноутбук, слайди (Додаток 4.2)
10:35–11:00	3. Знайомство учасників. Вправа «Паперова лялька»	25	Аркуші паперу А4 та маркер для кожного учасника, ватман, скоч
11:00–11:20	4. Прийняття правил роботи в групі	20	Фліпчарт, папір, маркери
<b>11:20–11:40</b>	<b>Перерва на каву</b>		
11:40–12:20	Тема 1. Форми та методи роботи	40	Слайди (Додаток 4.3)
12:20–12:30	Рухова активність. Вправа «Злива»	10	
12:30–13:00	Тема 2. Особливості використання методу «міні-лекція»	30	Фліпчарт, маркери
<b>13:00–14:00</b>	<b>Обід</b>		
14:00–15:30	Тема 3. Особливості використання методу «мозковий штурм» та «групова дискусія»	90	Роздатковий матеріал (додатки 4.4, 4.5) Закон України «Про волонтерську діяльність» № 3236-VI від 19.04.2011
<b>15:30–15:50</b>	<b>Перерва на каву</b>		
15:50–16:40	Тема 4. Особливості використання методу «відеолекторій»	50	Проектор, ноутбук, колонки, фліпчарт, папір, маркери
16:40–17:00	Підведення підсумків дня. Вправа «Мистецтво самоперевірки»	20	

## Другий день

Час проведення	Зміст роботи	Тривалість, хв.	Необхідні ресурси
10:00–10:20	Обговорення попереднього дня роботи. Вправа «Капуста»	20	Паперова куля
10:20–11:20	Тема 5. Робота з випадком	60	Опис випадків
<b>11:20–11:40</b>	<b>Перерва на каву</b>		
11:40–13:00	Тема 6. Форум-театр	80	Сценарій форум-театру (Додаток 4.6)
<b>13:00–14:00</b>	<b>Обід</b>		
14:00–15:30	Тема 7. Вибір форм та методів роботи з різними цільовими групами	90	Картки (Додаток 4.7), фліп чарт, папір А4, маркери
<b>15:30–15:50</b>	<b>Перерва на каву</b>		
15:50–16:40	Тема 8. Толерантність та дискримінація: відмінності у виборі методів	50	Фліпчарт, папір, маркери. Приклади інтерактивних вправ
16:40–17:00	Підведення підсумків дня. Вправа «Нове, уточнене, необхідне»	20	

## Третій день

Час проведення	Зміст роботи	Тривалість, хв.	Необхідні ресурси
10:00–10:30	Обговорення попереднього дня роботи	20	
10:30–11:20	Тема 9. Підбір інформації до конкретних методів роботи	50	Проектор, ноутбук, слайди (Додаток 4.8), фліпчарт, папір, маркери
<b>11:20–11:40</b>	<b>Перерва на каву</b>		
11:40–13:00	Тема 10. Вибір методів роботи	80	Фліпчарт, папір, маркери
13:00–13:10	Оцінка отриманих під час тренінгу знань	10	Вихідна анкета (Додаток 4.9)
13:10–14:00	Підведення підсумків тренінгу	50	Стікери двох різних кольорів, фліпчарт, сертифікати.

# Порядок проведення

## Перший день

### А. Реєстрація учасників та попередня оцінка знань (20 хв.)

**Метод:** анкетування.

**Матеріали:** вхідна анкета (Додаток 4.1).

**Ресурсне забезпечення:** папка (з блокнотом, ручкою) для кожного учасника.

**Інформація для тренера.** Тренер зустрічає учасників та проводить до столику реєстрації, де учасники отримують роздаткові матеріали.

Учасники самостійно заповнюють вхідну анкету для попередньої оцінки знань учасників про тему тренінгу. Анкета є анонімною. Після тренінгу ведучий здійснює аналіз заповнених анкет аби визначити загальний рівень підготовки учасників і врахувати це в процесі навчання.

### Б. Вступна частина (60 хв.)

#### 1. Представлення тренера (5 хв.)

**Метод:** презентація.

**Хід справи:** тренер вітається з учасниками, представляє себе (ім'я, освіта, досвід).

#### 2. Представлення тренінгу (10 хв.)

**Метод:** презентація.

**Матеріали:** проектор, ноутбук, слайди (Додаток 4.2).

**Хід справи:** тренер інформує учасників про мету та завдання тренінгового модулю, регламент роботи, організаційні питання, розказує про відсоток засвоєння інформації залежно від форми подання та пояснює, чому саме тренінг є важливим методом навчання для волонтерів.

#### 3. Знайомство учасників. Вправа «Паперова лялька» (25 хв.)

**Метод:** індивідуальна робота, презентація.

**Матеріали:** аркуші паперу А4 та маркер для кожного учасника, ватман, скотч.

**Хід справи:** учасникам тренінгу роздають аркуші паперу А4, які вони згинають посередині і складають вдвоє. З паперу учасники вирізають або виривають за допомогою пальців «ляльку», що могла б їх представити. На ляльці учасники записують:



- своє ім'я;
- місце роботи/навчання та посаду;
- своє хобі;
- очікування від тренінгу;
- очікування від тренера;
- очікування від групи;
- свої побажання щодо тренінгу.

Кожен із учасників представляє себе за допомогою ляльки. Усі «ляльки» тренер зафіксує на ватман, який прикріплює на стіні тренінгової кімнати.

Після представлення тренер роздає усім учасникам бейджі, на яких вони пишуть своє ім'я.

**Інформація для тренера.** Тренер зазначає, що при підведенні підсумків тренінгу група повернеться до своїх очікувань і проаналізує, які очікування справдились, а які — ні.

#### 4. Прийняття правил роботи в групі (20 хв.)

**Методи:** мозковий штурм, групова дискусія.

**Матеріали:** фліпчарт, папір, маркери.

**Хід справи:** тренер пропонує учасникам спільно визначити правила, за якими вони працюватимуть у групі. Висловлення учасників тренер фіксує на фліпчарті та після кожного записаного правила запитує чи усі учасники погоджуються з цим правилом. Записані правила вивішують у тренінговій кімнаті на видному для усіх місці.

**Інформація для тренера.** Тренер може додати до списку правило «Стоп», яким він може скористатися у випадку, якщо побачить не толерантне ставлення учасників один до одного, якщо дискусія виходить за межі теми тренінгу тощо.

Тренер може запропонувати залишити список правил відкритим, і якщо в процесі роботи в когось із учасників виникне бажання додати правило, то вони зможуть це зробити.

Приклади правил:

- конфіденційність;
- активність;
- пунктуальність;
- Я-твердження;
- «тут і тепер»;
- відсутність критики;
- правило «стоп»;
- ....

## Тема 1. Форми та методи роботи (40 хв.)

**Метод:** міні-лекція.

**Матеріали:** слайди (Додаток 4.3).

**Ресурсне забезпечення:** проектор, ноутбук.

**Інформація для тренера.** Під час лекції тренер запитує учасників про досвід використання того чи іншого методу у своїй роботі. Після презентації відбувається групове обговорення.

### Рухова активність. Вправа «Злива» (10 хв.)

**Зміст:** учасники стоять у колі. Ведучий — у центрі кола починає гру: імітує звуки зливи, що починається, наступним чином: спочатку потирає долоні («вітер шелестить листям»), потім клацає пальцями («починається дощ»), проводить руками по грудях («йде дрібний дощ»), потім по ногах («дрібний дощ посилюється»), тупотить ногами з поступовим посиленням («злива — пік зливи»). Кожний учасник повторює той рух, який називає тренер.

**Інформація для тренера.** Вправу на рухову активність варто використовувати у випадку, якщо аудиторія втомлена, учасникам складно зосередитися на вирішенні завдання.

## Тема 2. Особливості використання методу «міні-лекція» (30 хв.)

**Методи:** мозковий штурм, групова дискусія.

**Технічне забезпечення:** фліпчарт, маркери.

**Хід вправи:** тренер запитує учасників:

- Який метод було використано до вправи «Злива»?
- Які переваги цього методу?
- Які недоліки методу?
- У яких випадках при формуванні толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД, доцільно використовувати цей метод?

**Інформація для тренера.** Було використано метод «міні-лекція». Тренер фіксує на фліпчарті переваги та недоліки методу та додає ті, що не були названі з боку учасників.

**Переваги:**

- дає змогу надати цілісну систематизовану й достовірну інформацію;
- не потребує значного технічного обладнання та організаційних витрат;
- швидко організовується й може охопити одразу велику кількість людей.

**Недоліки:**

- інформація може бути не почутою, не сприйнятою, її можуть швидко забути;
- не впливає на поведінку, не дає досвіду практичних дій;
- аудиторія займає пасивну позицію, швидко втрачає увагу.

## Роль методу у формуванні толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД

При формуванні толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД міні-лекція може використовуватися у поєднанні з інтерактивними формами та методами роботи чи бути складовою тренінгу.

У такому випадку більш доцільно застосовувати міні-лекцію, що триває 10–15 хвилин і містить стислий виклад основного матеріалу, після чого використовуються інші форми та методи роботи (рольові ігри, дискусії тощо) для закріплення отриманої інформації та відпрацювання певних навичок. Сьогодні такий метод широко використовується у роботі з різними категоріями учасників (дорослі та молодь).

## Тема 3. Особливості використання методу «мозковий штурм» та «групова дискусія» (90 хв.)

**Методи:** робота в малих групах.

**Матеріали:** роздатковий матеріал з описом методів «мозковий штурм» та «групова дискусія» (додатки 4.4, 4.5), Закон України «Про волонтерську діяльність» № 3236-VI від 19.04.2011.

**Хід справи:** учасники об'єднуються у чотири групи. Кожній групі тренер дає наступне завдання:

- самостійно протягом 10 хвилин ознайомитися з особливостями застосування методу «мозковий штурм» (2 групи) та «групова дискусія» (2 групи);
- протягом 20 хвилин підготувати приклад застосування «прямого мозкового штурму» (1 група), «індивідуального мозкового штурму» (2 група), «засідання експертної групи» (3 група) та «громадські слухання» (4 група) щодо актуальних питань формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД;
- презентувати приклад застосування запропонованого методу для усієї групи (по 10 хвилин для кожної групи).

Після презентації відбувається групове обговорення (20 хв.) щодо особливостей використання запропонованих методів: переваги та недоліки, необхідність знань про проблему, досвід тощо.

**Інформація для тренера.** Якщо учасники групи не можуть самостійно визначитися із темою для відпрацювання методу, то можна запропонувати такі теми:

- Які заходи чи акції можна провести 1 грудня для того, щоб звернути увагу жителів м. Києва на необхідність толерантного ставлення до дітей з ВІЛ? (1 група)
- Яким чином повідомити дитину з ВІЛ про її статус? (2 група)
- «Засідання експертної групи» стосовно методів захисту прав дитини, статус якої було розкрито фахівцем, що з нею працював. (3 група)
- Громадське обговорення Закону України «Про волонтерську діяльність». (4 група)

## Тема 4. Особливості використання методу «відеолекторій» (50 хв.)

**Методи:** відеолекторій, дебати.

**Технічне забезпечення:** проектор, ноутбук, колонки, фліпчарт, папір, маркери.

**Хід вправи:** демонстрація відеофільму «Діти» (Всеукраїнська мережа ЛЖВ) (15 хв.)

Після відеофільму тренер запитує учасників:

- Які почуття та емоції викликав у вас цей фільм?
- Який метод щойно було використано?
- Які відеофільми щодо питань ВІЛ ви бачили? Які з них можна використати для молодіжної аудиторії, а які — для спеціалістів чи представників громади?

Після цього тренер об'єднує групу в дві підгрупи (за принципом парних та непарних чисел) і дає завдання одній групі продумати переваги, а іншій — недоліки «відеолекторію».

Учасники протягом 5 хвилин обговорюють переваги та недоліки, нотують їх.

Після цього відбуваються дебати, під час яких представники однієї «команди-суперниці» висувують аргументи «за» на захист методу «відеолекторію», а інша «команда-суперниця» висуває контраргумент стосовно позиції протилежної команди та висуває аргумент «проти» методу «відеолекторію».

**Інформація для тренера.** Тренер виступає у ролі ведучого дебатів і робить підсумок про особливості використання методів: «відеолекторій» та «дебати».

## Підведення підсумків дня. Вправа «Мистецтво самоперевірки» (20 хв.)

**Метод:** робота в парах.

Хід вправи: після закінчення основної частини заняття, тренер об'єднує учасників у пари і пропонує уявити наступне: хтось із кожної пари щойно з'явився в аудиторії (прогуляв весь робочий день) і йому треба допомогти швидко засвоїти весь матеріал, який він пропустив.

За сигналом тренера інший член пари протягом п'яти хвилин пояснює тому, хто «запізнився», ключові питання пройденого матеріалу, намагається показати, як цей матеріал можна застосувати на практиці. Після цього пояснення учасник, що «запізнився», додає важливу інформацію, якої не згадав «промовець».

**Інформація для тренера.** Після вправи тренер дякує учасникам за плідну роботу, інформує про організаційні аспекти наступного дня роботи та прощається з учасниками.

## Обговорення попереднього дня роботи. Вправа «Капуста» (20 хв.)

**Метод:** інтерактивна вправа.

**Матеріали:** паперова куля із заздалегідь написаними 10 твердженнями (по одному на кожному аркуші).

**Хід вправи:** тренер має заздалегідь підготувати паперову кулю, яка складається із нашарованих один на одного папірців із твердженнями на них. Учасники тренінгу стають в коло і

тренер розпочинає гру, першим кидаючи «капусту» одному із учасників. Той, у кого в руках «капуста», має зняти верхній «листочок» та прочитати вголос твердження, яке на ньому написано.

Той із учасників, який погоджується із твердженням, піднімає вгору руки та ловить «капусту», далі пояснює, чому погодився, і знімає наступний «листок» та зачитує твердження. І так по колу, допоки «капуста» не буде «з'їдена».

**Інформація для тренера.** Твердження на листках «капусти» повинні стосуватися інформації з попереднього дня роботи.

*Тренер повинен слідувати, з якими твердженнями учасники погоджуються, а з якими — ні. Це допоможе з'ясувати рівень засвоєння отриманої інформації.*

*Якщо тренер бачить неоднозначну реакцію учасників (одні погоджуються, а інші — ні), то після вправи потрібно ще раз проговорити суперечливі моменти.*

#### Орієнтовний перелік тверджень:

- 1) Під час групової дискусії запам'ятовується 50% інформації.
- 2) Найменше інформації засвоюється під час лекції.
- 3) Найбільш ефективним для засвоєння матеріалу є використання знань безпосередньо після закінчення навчання.
- 4) Лекція не впливає на поведінку слухачів та не дає досвіду практичних дій.
- 5) Коли одна людина виступає спочатку у ролі генератора ідей, а потім як критик, то це — індивідуальний «мозковий штурм».
- 6) На третьому етапі «мозкового штурму» ідеї оцінюють й ранжують на основі різних критеріїв.
- 7) На першому етапі мозкового штурму заборонено критикувати ідеї інших учасників.
- 8) Дебати — це формалізоване обговорення, яке побудоване на основі виступів учасників — представників двох протилежних «команд-суперників», їх аргументів на захист своєї позиції та контраргументів стосовно позиції протилежної команди.
- 9) Продуктивною формою групової дискусії є громадські слухання законопроектів.
- 10) Для планування акцій та масових заходів доцільно використовувати «мозковий штурм».

## Тема 5. Робота з випадком (60 хв.)

**Методи:** робота в малих групах, вивчення випадків, рольова гра.

**Матеріали:** опис випадків<sup>13</sup>.

**Хід вправи:** учасники об'єднуються в малі групи по 4 особи (можна використати поділ за порами року по колу: зима, весна, літо та осінь, в процесі чого кожен із учасників має назвати свою асоціацію з тією порою року, яку він озвучує. Наприклад, літо — яблука, зима — ялинка тощо).

<sup>13</sup> Випадки для аналізу ситуації можна використати із власного досвіду або скористатися наступним джерелом: Соціальна робота з людьми, які живуть з ВІЛ/СНІДом: Метод. посіб. для проведення курсів підвищ. кваліфікації Т. Семигіна, О.Банас, Н.Венедиктова та ін. — К.: Вид. дім «Києво-Могилянська акад.», 2006. — С.369–370.

Кожній групі пропонується реальний життєвий випадок дітей з ВІЛ. Завдання для групи:

1. Ознайомитися з випадком та протягом 15 хв. обговорити в малій групі наступні запитання:
  - Ваші враження від прочитаної історії? Що вразило найбільше?
  - У чому проявилось не толерантне ставлення до дитини?
  - Які, на Вашу думку, можна визначити основні причини, що сприяли прояву не толерантного ставлення в описаній історії?
  - Визначте наслідки не толерантного ставлення для дитини із запропонованої історії.
  - Якби ця дитина була членом Вашої групи, що б Ви їй сказали?
2. Програти випадок у ролях перед усією групою (до 5 хв. для кожної малої групи).
3. Презентувати результати обговорення у малих групах (до 5 хв. для кожної малої групи).

## Тема 6. Форум-театр (80 хв.)

**Методи:** форум-театр, групова дискусія.

**Матеріали:** сценарій форум-театру (*Додаток 4.6*).

**Хід вправи:** для демонстрації методики тренер відбирає 4–5 учасників (добровольців). Учасникам роздають ролі, які вони будуть грати.

Протягом 15–20 хвилин розігрується міні-вистава, яка може складатися з кількох мізансцен (від 3-х до 6-ти), в яких показують різні проблемні аспекти ситуації.

У фінальній частині вистави яскрава мізансцена (сцена, в результаті якої відбувається де-структивна дія) переривається «стоп-кадром» і глядачам пропонується змінити представлену мізансцену таким чином, щоб негативних наслідків не відбулося.

При цьому глядачі не знають, що відбуватиметься з героями у кінці вистави. Лише після фінальної мізансцени вони можуть залучатися до вистави, змінюючи ті мізансцени, які, на їх думку, спровокували негативну ситуацію.

Після закінчення вистави береться інтерв'ю у учасників та відбувається групове обговорення.

## Тема 7. Вибір форм та методів роботи з різними цільовими групами (90 хв.)

**Метод:** робота в малих групах.

**Матеріали:** картки з описом характеристик цільової групи: батьки та родичі; медики; вчителі та викладачі; учні старших класів та студенти (*Додаток 4.7*).

**Технічне забезпечення:** фліпчарт, папір А4, маркери.

**Хід вправи:** учасники об'єднуються в 4 групи.

**Кожній групі тренер дає наступне завдання:**

- протягом 20 хвилин визначити форми і методи роботи щодо актуальних питань формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД, які будуть найбільш прийнятними та ефективними у роботі з обраною цільовою аудиторією: батьки та родичі (група 1); медики (група 2); вчителі та викладачі (група 3); учні старших класів та студенти (група 4);
- презентувати роботу групи (по 10 хвилин для кожної групи).



Після презентації відбувається групове обговорення (30 хв.) щодо можливостей використання запропонованих форм і методів роботи з представниками відповідних цільових аудиторій. Під час обговорення необхідно визначити чинники, які впливають на вибір форм і методів роботи. Названі чинники фіксуються на фліпчарті.

**Інформація для тренера.** Важливо звернути увагу учасників на те, що методи роботи будуть відрізнятися у роботі не лише з відмінними цільовими аудиторіями, а й з однією і тією ж аудиторією на різних етапах роботи. Тренер записує усі чинники і додає ті, що не були названі.

### Зразок

#### Орієнтовні чинники, які впливають на вибір форм і методів роботи:

1. Характеристики цільової аудиторії.
2. Часові рамки роботи.
3. Приміщення.
4. Ресурси (технічні, людські, матеріальні ...).
5. Мета роботи.
6. День роботи (у перший день не варто давати вправи та методи роботи, які вимагають тактильних контактів та провокують дискусії).
7. ....

## Тема 8. Толерантність та дискримінація: відмінності у виборі методів (50 хв.)

**Методи:** мозковий штурм, групова дискусія.

**Матеріали:** приклади інтерактивних вправ<sup>14</sup>.

**Технічне забезпечення:** фліпчарт, папір, маркери.

**Хід вправи:** тренер пропонує учасникам спільно визначити окремо методи, які спрямовані на формування толерантності, та методи, спрямовані на боротьбу зі стигмою та дискримінацією. До кожного методу потрібно навести приклад його застосування. Висловлення учасників тренер фіксує на фліпчарті, розділеному на 2 частини.

**Інформація для тренера.** Потрібно бути готовим до того, що у двох варіантах методи повторюватимуться. Тоді варто запропонувати учасникам приклади інтерактивних вправ (кожному учаснику дати прочитати вправу). Варіанти вправ можуть повторюватися у кількох учасників.

Учасники протягом 3-х хв. читають вправу. Далі, за бажанням, розповідають зміст вправи і пояснюють на що вона спрямована: формування толерантності чи боротьба з дискримінацією. Якщо ще у когось із учасників є подібна вправа, потрібно запитати також їх думку. І так по черзі, поки всі вправи не буде розглянуто.

<sup>14</sup> Для тренінгу можна використати інтерактивні вправи із методичного посібника: Формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІДу: особливості підготовки волонтерів / Гусак Н., Дмитришина Н., Довбах Г., Жарук І., Зінченко А., Матіяш О., Назарук В., Панфілова О., Романова Н. – К.: МБФ «Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні», 2011. – 128 с. (Додаток 4).



У підсумку варто наголосити на основних відмінностях методів щодо формування толерантності та боротьби з дискримінацією (за результатами роботи учасників, які тренер фіксує у особистому блокноті).

### **Підведення підсумків дня. Вправа «Нове, уточнене, необхідне» (20 хв.)**

**Метод:** робота у великій групі.

**Хід вправи:** учасники по колу відповідають трьома реченнями на запитання:

- Що для них сьогодні було новим?
- Що вони уточнили?
- Що із розглянутого протягом дня тренінгу є необхідним для їх роботи?

Вправа завершується, коли висловиться останній учасник.

**Інформація для тренера.** Важливо фіксувати висловлення учасників в особистому блокноті для аналізу та корекції наступного дня тренінгу.

### **Обговорення попереднього дня роботи (20 хв.)**

**Метод:** робота у великій групі.

**Хід вправи:** учасники по черзі згадують те, що, на їх думку, було найважливішим під час попереднього дня роботи.

**Інформація для тренера.** Тренер теж повинен висловитися з приводу того, що, на його думку, було актуальним та важливим під час попереднього дня роботи.

## **Тема 9. Підбір інформації до конкретних методів роботи (50 хв.)**

**Методи:** міні-лекція, групове обговорення.

**Матеріали:** слайди (Додаток 4.8).

**Технічне забезпечення:** проектор, ноутбук, фліпчарт, папір, маркери.

**Хід вправи:** тренер проводить міні-лекцію на 20 хв. щодо того, яким чином підбирати інформацію до окремих методів. Після цього учасникам пропонується обговорити яким чином вони б підібрали інформацію для засідання експертної групи стосовно методів захисту прав дитини, статус якої було розкрито фахівцем, який з нею працював (джерела, ресурси, зміст...)

**Інформація для тренера.** Під час групового обговорення потрібно фіксувати висловлення учасників на фліпчарті. Після цього зробити підсумок.

## Тема 10. Вибір методів роботи (80 хв.)

**Метод:** робота в малих групах, групова дискусія.

**Технічне забезпечення:** фліпчарт, папір, маркери.

**Хід справи:** учасники об'єднуються в малі групи по 4 особи. Кожній групі пропонуються ситуації, з якими зустрічаються у своїй роботі волонтери. Кожній групі пропонується протягом 20 хвилин визначитися з можливими методами роботи, які б вони обрали в тій чи іншій ситуації. Однак, у кожному випадку пропонується обов'язково використати «міні-лекцію».

Після цього учасники знайомлять велику групу зі своєю ситуацією та демонструють один із методів, який вони обрали.

Після презентацій усіх груп відбувається групова дискусія. Під час дискусії обов'язково звертається увага на те, що у кожному випадку використання методу «міні-лекція» матиме свої особливості. Учасникам пропонується обговорити, які особливості проведення «міні-лекції» для учнів, студентів, вчителів, батьків дітей з ВІЛ.

**Інформація для тренера.** Перелік ситуацій для вибору методів роботи може бути наступним:

1) Вас обрали асистентом тренінгу «Популярно про ВІЛ/СНІД», метою якого є надати учасникам базові знання про ВІЛ/СНІД. Учасники — учні 10–11 класів школи. Відбувається 2-й день тренінгу, але тренер, з яким ви працюєте, не зміг прийти і повідомив про це вас напередодні ввечері. Вам потрібно визначитися із методами роботи на 2-й день тренінгу самостійно (оскільки попередній план у тренера, і ви його не знаєте).

2) Ви знайомите волонтерів новачків (з числа батьків та родичів дітей з ВІЛ) з особливостями організації, де вони будуть працювати. Нові волонтери мають дуже відмінні і часто суперечливі знання про ВІЛ/СНІД та не можуть дійти спільної думки. Вам потрібно продумати методи роботи, які б не лише надали правдиву інформацію про проблему, але й згуртували волонтерів.

3) Вам необхідно сформулювати толерантне ставлення вчителів загальноосвітньої середньої школи до дітей, які живуть з ВІЛ. Директор школи просить надати йому для узгодження Ваш план роботи з ними. Часові обмеження — три дні по 3 години. Які форми та методи роботи Ви оберете?

4) Вас уповноважили протягом 120 хв. розповісти групі студентів про ВІЛ та шляхи його передачі. Особливістю є те, що серед студентів присутні люди з ВІЛ і про це всі знають. Які форми та методи роботи Ви оберете?

Тренеру важливо прослідкувати, наскільки учасники засвоїли інформацію під час тренінгу, оскільки це завдання є підсумковим і демонструє знання, вміння та навички, отримані під час тренінгу.

## Оцінка отриманих під час тренінгу знань (10 хв.)

**Метод:** анкетування.

**Матеріали:** вихідна анкета (Додаток 4.9).

**Хід справи:** учасники анонімно заповнюють вихідну анкету, яка містить запитання щодо змісту тренінгу.

**Інформація для тренера.** Тренер просить когось із групи зібрати анкети для того, щоб переконати учасників у її цілковитій анонімності.

### **Підведення підсумків тренінгу (50 хв.)**

**Метод:** робота у великій групі.

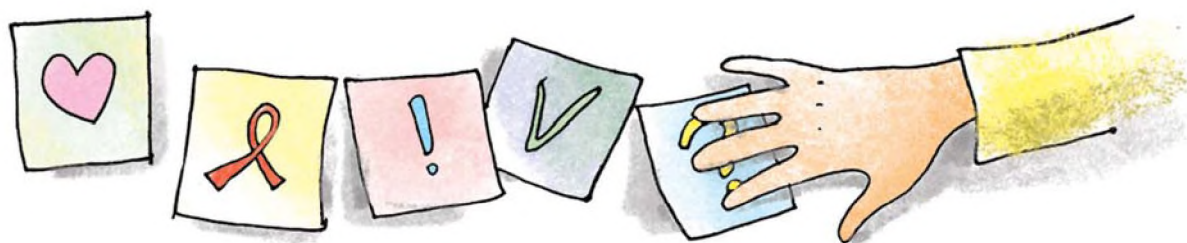
**Технічне забезпечення:** стікери двох різних кольорів, фліпчарт, папір з «паперовими ляльками», сертифікати.

**Хід справи:** кожен учасник отримує стікери двох кольорів, на одному з яких вони пишуть те, що з отриманого під час тренінгу вони використають у роботі та житті, а на іншому — над чим ще потрібно додатково попрацювати.

Усі учасники по черзі озвучують написане і наклеюють по різні боки фліпчарту.

Потім знімають свою «Паперову ляльку» і озвучують — чи справдилися їх очікування.

**Інформація для тренера.** Тренер підсумовує проведений тренінг, озвучуючи основні методи. Після цього дякує учасникам та вручає пам'ятні сертифікати (якщо вони планувалися організаторами тренінгу). Якщо сертифікати не планувалися, то тренеру варто подбати про пам'ятні сувеніри для всіх учасників. Важливо, аби при підведенні підсумків тренер виділив кожного з учасників та подякував за активність.



## Додаток 4

### Інформаційні матеріали до сесії IV

## 4.1. Вхідна анкета учасника

1. Чому для Вас особисто є важливою участь в цьому тренінгу?

---

---

---

2. Оцініть, будь ласка, рівень своїх знань щодо методів роботи за 10-бальною шкалою, де 1 — дуже погано, 10 — відмінно.

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

3. З якими методами роботи Ви знайомі? Вкажіть їх, будь-ласка:

- a. \_\_\_\_\_
- b. \_\_\_\_\_
- c. \_\_\_\_\_
- d. \_\_\_\_\_
- e. \_\_\_\_\_
- f. \_\_\_\_\_

4. Чи маєте Ви особистий досвід застосування на практиці методів роботи в групі?

- a. Так, як учасник (вкажіть, яких саме методів) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- b. Так, як ведучий (вкажіть, яких саме методів) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- c. Ні

5. Оцініть, будь ласка, рівень своїх навичок застосування методів роботи в групі за 10-бальною шкалою, де 1 — дуже погано, 10 — відмінно.

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

**ДЯКУЄМО!**

## 4.2. Представлення тренінгу

### Слайд 1

#### ТРЕНІНГ

**«Вчимося формувати толерантність або популярно про форми та методи інформаційно-просвітницької роботи»**

**Мета:** надати учасникам інформацію про інтерактивні форми та методи роботи.

**Завдання:** з'ясувати поінформованість учасників щодо інтерактивних форм та методів роботи та досвід їх застосування у практичній роботі;

надати інформацію про основні види інтерактивних форм та методів роботи;

відпрацювати навички застосування основних видів інтерактивних форм та методів роботи.

визначити доцільність застосування різних форм та методів роботи залежно від цільової аудиторії, кількості учасників тощо.

**Тривалість тренінгу:** 2 дні.

### Слайд 2

#### Відтворення навчального матеріалу при використанні різних методів навчання

- ☐ Лекція — 5%
- ☐ Читання — 10%
- ☐ Аудіовізуальні методи — 20%
- ☐ Наочна демонстрація — 30%
- ☐ Групова дискусія — 50%
- ☐ Практичне застосування вивченого — 75%
- ☐ Метод «навчи іншого»/ використання знань безпосередньо після закінчення навчання — 90%

### 4.3. Презентація форм і методів роботи<sup>15</sup>

#### Слайд 1

##### **Які методи та форми роботи Ви знаєте?**

Усі методи та форми роботи залежно від участі аудиторії поділяють на пасивні (лекція), активні (групова робота) та інтерактивні (тренінг, дискусія, рольові ігри тощо).

Пасивні технології навчання — тренер є основною діючою особою, а всі учасники — пасивно (без обговорення) сприймають навчальний матеріал.

Активні технології навчання — тренер та учасники беруть активну участь в опрацюванні навчального матеріалу, що передбачає демократичний стиль взаємного спілкування.

Інтерактивні технології навчання, на відміну від попередніх, орієнтовані на взаємодію тренера з учасниками та учасниками один з одним. Слово «інтерактивний» походить від двох англійських слів: «inter» і «akt», і перекладається як взаємодія в режимі розмови або діалогу між людьми. Роль тренера на інтерактивних заняттях — спрямовувати учасників до поставленої мети, визначеної на початку заняття.

Часто при виборі конкретних форм та методів роботи організатори керуються, насамперед, досвідом та рівнем володіння працівниками тією чи тією методикою, але, як правило, варто обирати такі, що будуть важливими саме для планування інформаційно-просвітницької кампанії з толерантності до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД.

#### Слайд 2

##### **Найбільш поширені інтерактивні методи роботи з волонтерами**

Тематичний кінолекторій/відеолекторій

Мозковий штурм

Групова дискусія

Рольова гра

Метод аналізу випадку (кейс-метод, «Case study»)

Форум-театр

Творчі методи роботи

Тренінг

#### Слайд 3

##### **Тематичний кінолекторій/відеолекторій**

Цикл лекцій з використанням кіно- і відеоматеріалів використовується для формування емоційного ставлення до проблеми.

Після перегляду матеріалів ведучий проводить обов'язкове обговорення фільму.

Показ відеоматеріалу не повинен тривати більше 80–90 хвилин.

Основний час повинен бути відведений на обговорення проблеми, важливо аби до його перегляду та обговорення долучалися експерти.

<sup>15</sup> Для більш детального ознайомлення з матеріалами про форми та методи роботи бажано скористатися виданням «Формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД: особливості підготовки волонтерів: метод. посіб. / Н.Гусак, Н.Дмитришина, Г.Довбах, І.Жарук, А.Зінченко, О.Матіяш, В.Назарук, О.Панфілова, Н.Романова. – К.: МБФ «Міжнарод. Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні», 2011. – С. 54–75».



**Слайд 4****Мозковий штурм**

Необхідно стимулювати ідеї — акцент робити на кількості пропозицій, а не на їх якості.

Висловлювання учасників варто занотовувати на дошці або аркуші паперу без коментарів ведучого чи інших учасників.

Всі висловлювання записуються дослівно (тобто так, як їх формулювали учасники).

До складу групи, що проводить мозковий штурм, може входити до 20-ти осіб.

Мінімальна тривалість до 15 хвилин, а максимальна — до 2–2,5 годин.

Робота, як правило, проводиться в кілька етапів.

Види «мозкового штурму»: прямий; зворотний; «конференція ідей»; індивідуальний.

**Слайд 5****Групова дискусія**

Спільне обговорення будь-якого проблемного питання передбачає вислуховування та аналіз різних точок зору.

Надає можливість учасникам побачити проблему з різних сторін.

Різновиди дискусії: театралізована дискусія, диспут, бесіда, «круглий стіл», «засідання експертної групи», форум, дебати, громадські слухання.

Правила дискусії:

доброзичливе ставлення і увага до кожного учасника;

утримання від схвальних або несхвальних висловлювань;

зосередження всієї дискусії на темі, фіксація уваги учасників на питаннях, які обговорюються;

стислість, змістовність, аргументованість як у процесі дискусії, так і під час підведення підсумків;

загальний висновок повинен бути не як кінець роздумам над проблемою, а як наступний крок для продовження обговорення цієї теми у майбутньому.

**Слайд 6****Рольова гра**

Відтворення в процесі навчання проблемних ситуацій у формі гри.

Для проведення використовують вигаданий сюжет або реальну життєву історію.

Умови успішності: доброзичливість учасників, добровільна їх участь, здатність до імпровізації та рівень творчого підходу у виконавців.

Етапи: орієнтація; підготовка до проведення; проведення гри; обговорення гри.

Хід рольової гри: дії учасників за ігровими правилами; розгортання ігрового сюжету, підведення підсумків; самооцінка гравцями сюжету та ролей, а також ігрової ситуації в цілому; аналіз ігрової ситуації; навчально-пізнавальні підсумки гри.

## Слайд 7

### Метод аналізу випадку («Case study»)

Використовує опис реальних ситуацій та/або вигаданих ситуацій.

Виділяють польові та вигадані кейси.

Підбір ситуацій повинен спрямовуватися на відпрацювання в учасників таких установок та елементів поведінки, які необхідні в реальному житті.

## Слайд 8

### Форум-театр

Учасниками є кілька осіб, які виконують роль акторів, глядачами є непідготовлені люди, що не знають сюжету.

Не потребується професійної акторської підготовки учасників та глядачів.

Метою є спільний із глядачами пошук вирішення проблеми чи виходу із складної життєвої ситуації.

Методика проведення:

протягом 15–20 хвилин розігрується міні-вистава, яка може складатися з кількох мізансцен (від 3-х до 6-ти), в яких показують різні проблемні аспекти ситуації;

після цього надається важлива інформація стосовно проблемної ситуації;

після закінчення вистави береться інтерв'ю в учасників, проводиться анкетування.

## Слайд 9

Коли можна поєднувати використання усіх цих методів роботи?

Які допоміжні методи роботи в групі Ви знаєте?

Які методи Ви б використали у своїй роботі?

#### 4.4. Що таке «мозковий штурм»<sup>16</sup>

Мозковий штурм передбачає ситуацію, в процесі якої кожен учасник матиме змогу публічно висловлювати свої ідеї, які одразу ж можуть розвиватися чи доповнюватися іншими.

Існує кілька видів «мозкового штурму»:

- прямий «мозковий штурм»;
- зворотний «мозковий штурм»;
- «конференція ідей» — спільна робота групи впродовж кількох днів;
- індивідуальний «мозковий штурм», коли одна людина виступає спочатку у ролі генератора ідей, а потім як його критик<sup>17</sup>.

Правила мозкового штурму:

- 1) необхідно стимулювати ідеї — акцент робити на кількості пропозицій, а не на їх якості;
- 2) висловлювання учасників варто занотовувати на дошці або аркуші паперу без коментарів ведучого чи інших учасників;
- 3) всі висловлювання записуються дослівно (тобто так, як їх формулювали учасники)<sup>18</sup>.

За кількістю людей до складу групи, що проводить мозковий штурм, може входити до 20-ти осіб. Ця група заздалегідь обговорює поставлену проблему впродовж кількох хвилин/годин, під час яких можна офіційно критикувати висловлювання й з урахуванням цієї критики працювати далі.

Найбільш поширеним у практичній роботі є прямий «мозковий штурм». Перед початком роботи необхідно домовитися з учасниками про тривалість (як правило, оптимальним є 2–2,5 години)<sup>19</sup>.

Робота проводиться в кілька етапів. Учасники сідають за загальний стіл обличчям один до одного, проте вони також можуть сидіти у колі. Важливо, щоб всі мали можливість добре бачити один одного. Під час першого етапу ведучий у короткому вступі розкриває суть проблеми, причини її виникнення, переваги, які може принести її вирішення. Потім, впродовж 10–15 хвилин триває індивідуальне обмірковування ідей та їх вільне перелічування з боку кожного учасника. Кількість тут важливіша за якість, тому необхідно заохочувати максимальну кількість висловлювань. Виступати можна багато разів, але не поспіль, і водночас заборонено радитися, сперечатися, критикувати, оцінювати, звертатися за підтримкою до ведучого.

На другому етапі обговорюють, з'ясовують, комбінують ідеї за такими критеріями: відповідність вимогам, які на першому етапі висунув ведучий; можливість їхньої реалізації або причини, через які ці ідеї не можливо реалізувати; терміни реалізації; необхідність додаткових витрат; можливість застосування в іншій сфері діяльності тощо.

<sup>16</sup> Формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІДу: особливості підготовки волонтерів / Гусак Н., Дмитришина Н., Довбах Г., Жарук І., Зінченко А., Матіяш О., Назарук В., Панфілова О., Романова Н. — К.: МБФ «Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні», 2011. — С. 61.

<sup>17</sup> Інновації у соціальних службах: Навч.-метод. посіб. / Семігіна Т.В., Покладова В.В., Грига І.М. та ін. — К.: Університетське видавництво «Пульсари», 2002. — С. 26.

<sup>18</sup> Профілактика ВІЛ/СНІДу та ризикованої поведінки серед вихованців притулків для неповнолітніх: збірка інформаційних, методичних, ілюстративних матеріалів для спеціалістів / За заг. ред. Т.В. Журавель, Т.Л. Лях; Авт. упор.: Безпалько О.В., Виноградова О.А., Журавель Т.В., Лозован О.М., Лютий В.П., Лях Т.Л. — К., 2004. — 103 с.

<sup>19</sup> Там само. — С. 27.

На третьому етапі ідеї оцінюють й ранжують на основі різних критеріїв (послідовно обирають найцікавіші та ті, від яких можна відмовитися, або визначають ті, що набрали при голосуванні найбільшу чи найменшу кількість балів тощо)<sup>20</sup>.

«Мозковий штурм» допомагає досить швидко зібрати максимальну кількість ідей чи поглядів відносно певної проблеми.

#### **Переваги «мозкового штурму»:**

- учасники вчаться стисло висловлювати свої думки і поважати точку зору один одного;
- формується неупереджене ставлення до проблеми і висловлюваних ідей;
- під час «мозкового штурму» обговорюються не лише сильні сторони вирішення проблеми, але й слабкі місця;
- велика кількість ідей дає можливість розглядати проблему з різних ракурсів;
- підтримку аудиторії отримують всі ідеї, незалежно від особи, яка їх запропонувала;
- кожен може анонімно висловити свої думки, якщо це визначено умовами проведення «мозкового штурму»;
- під час обговорення виникає загальна емоційна піднесеність;
- є можливість отримати нестандартні рішення та підходи щодо поставленої проблематики;
- активна участь у процесі обговорення з боку всіх учасників.

#### **Недоліки методу:**

- кількість ідей є важливішою за їхню якість;
- ідеї можуть бути некоректними та нереалістичними;
- для ефективного проведення «мозкового штурму» кількість учасників повинна бути такою, щоб ведучий міг тримати в полі зору кожного учасника, володіти аудиторією;
- ідеї можуть повторюватися у різних варіаціях (в такому випадку потрібно завершувати обговорення);
- можливе несерйозне ставлення до завдань і висловлювання безглузвих ідей;
- зниження продуктивності учасників у процесі самого «мозкового штурму», притуплення уваги і можливий відхід від поставленого завдання.

*Роль у формуванні толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД.* Даний метод можна використовувати під час підготовки волонтерів до участі в інформаційно-просвітницькій кампанії, а також при плануванні разових акцій та масових заходів з даної проблематики.

*Групи волонтерів, що можуть впроваджувати метод.* Для впровадження даного методу роботи не рекомендується залучати недосвідчених волонтерів, які ще не проводили такої роботи. Крім цього, важливо, аби волонтери мали навички щодо володіння увагою аудиторії, були толерантними та уважними, поважали думку кожного із учасників.

<sup>20</sup> Там само . – С. 25–26.

## 4.5. Що таке «групова дискусія»<sup>21</sup>

Групова дискусія — це спільне обговорення будь-якого проблемного питання, що дає змогу прояснити, а можливо і змінити думки, позиції та установки учасників групи під час безпосереднього спілкування.

Цей метод може бути використаний як з метою надання можливості учасникам побачити проблему з різних сторін, що уточнює взаємні позиції, так і в якості групової рефлексії через аналіз індивідуальних переживань, що посилює згуртованість групи і одночасно полегшує саморозкриття учасників.

Основні правила проведення дискусії:

- 1) Доброзичливе ставлення і увага до кожного учасника.
- 2) Утримання від схвальних або несхвальних висловлювань.
- 3) Зосередження всієї дискусії на темі, фіксація уваги учасників на питаннях, які обговорюються.
- 4) Стислість, змістовність, аргументованість як у процесі дискусії, так і під час підведення підсумків.
- 5) Загальний висновок повинен бути не як закінчення роботи, а як наступний крок для продовження обговорення цієї теми у майбутньому<sup>22</sup>.

До дискусій також відносяться: театралізована дискусія, диспут, бесіда, «круглий стіл», «засідання експертної групи», форум, дебати, громадські слухання тощо.

Театралізована дискусія — це дискусія, учасники якої виступають не від свого імені, а від імені певних персонажів, представників соціальних груп, місцевої громади тощо.

**Диспут** — формалізована і заздалегідь підготовлена дискусія з елементами полярних точок зору<sup>23</sup>.

**Бесіда** — це обговорення з групою певної проблеми з метою виявлення, формування або корекції позиції членів групи щодо неї. Бесіда використовується для корекції поглядів і формування переконань щодо проблеми у роботі з групами, в яких існують різні точки зору з обговорюваної тематики.

**«Круглий стіл»** — це публічне обговорення актуальної теми, в якій на рівних бере участь група учасників (до 25 осіб); в процесі роботи відбувається обмін думками. Наприклад, такий круглий стіл може відбуватися за участі фахівців (медичних працівників, представників місцевої адміністрації, освітян тощо) та окремих громадян щодо потреб у підтримці людей, які живуть з ВІЛ/СНІД.

**«Засідання експертної групи» або «панельна дискусія»** — спільне обговорення учасниками групи висунутої проблеми (4–5 учасників із визначеним заздалегідь головуючим) на основі спільно підготовленої доповіді (досить стислої, по завершенні якої кожен учасник висловлює свою думку чи позицію). Наприклад, «засідання експертної групи» стосовно механізмів захисту прав дитини в країні або особливості правового захисту дітей, яких торкнулась про-

<sup>21</sup> Формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІДу: особливості підготовки волонтерів / Гусак Н., Дмитришина Н., Довбах Г., Жарук І., Зінченко А., Матіяш О., Назарук В., Панфілова О., Романова Н. — К.: МБФ «Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні», 2011. — 128 с.

<sup>22</sup> П'ятакова Г.П., Заячківська Н.М. Сучасні педагогічні технології та методика їх застосування у вищій школі. Доступно з: [http://tourlib.net/books\\_others/pedtehnol3.htm](http://tourlib.net/books_others/pedtehnol3.htm)

<sup>23</sup> Профілактика ВІЛ/СНІДу та ризикованої поведінки серед вихованців притулків для неповнолітніх: збірка інформаційних, методичних, ілюстративних матеріалів для спеціалістів / За заг. ред. Т.В. Журавель, Т.Л. Лях; Авт. упор.: Безпалько О.В., Виноградова О.А., Журавель Т.В., Лозован О.М., Лютий В.П., Лях Т.Л. — К., 2004. — 103 с.

блема ВІЛ/СНІД тощо. Як правило, по закінченні роботи формується документ з експертними висновками, аби його можна було використати для лобювання та вирішення піднятих проблем.

*Форум* — це «засідання експертної групи», але у більш розширеному варіанті, оскільки в цьому випадку експертна група обмінюється думками не між собою, а з аудиторією, яка бере участь у заході. Тобто, передбачається, що кілька експертів обговорюють проблему, зазначаючи певні дискусійні аспекти. При цьому можуть бути присутніми люди, які не є експертами, однак їх цікавить тема дискусії. Такі люди називаються «аудиторією», яка може вступати в обговорення з експертами, але не між собою.

*Дебатами* називають формалізоване обговорення, яке побудоване на основі виступів учасників — представників двох протилежних «команд-суперників», їх аргументів на захист своєї позиції та контраргументів стосовно позиції протилежної команди.

*Громадські слухання* — це формалізоване обговорення проблемного питання різними зацікавленими сторонами (учасниками процесу), де головуючий представляє на розгляд проблему та на основі її громадського обговорення приймається відповідне рішення. Це можуть бути, наприклад, громадське обговорення проекту закону чи рішення місцевої влади.

#### **Переваги дискусії:**

- викликає жваві емоції, інтерес, стимулює активний пошук інформації щодо проблеми;
- сприяє більш глибокому засвоєнню інформації;
- формує переконання учасників щодо того чи іншого рішення на основі наведених під час дискусії аргументів;
- дає імпульс проблемному навчанню (учасники не просто пасивно отримують інформацію, а й «здобувають» її в процесі особистої активності);
- сприяє формуванню особистісних вмінь та навичок щодо тематики, яка була запропонована під час дискусії: вміння формулювати та відстоювати власну думку, навички практичного й образного мислення;
- дає можливість активізувати аудиторію, підвищити її зацікавленість в інформації щодо проблеми;
- дає змогу обговорити власний досвід людей.

#### **Недоліки методу:**

- серед учасників можуть бути активні та пасивні, причому вплив на останніх незначний;
- у дискусії людина може прагнути лише відстояти свою позицію, а не досягнути істини;
- перемога у дискусії для деяких її учасників може стати самоціллю;
- не формується досвід позитивної поведінки чи вміння подолання проблеми;
- вимагає спеціальної підготовки ведучого;
- вимагає певного рівня попередньої обізнаності аудиторії щодо проблеми.

*Роль у формуванні толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД.* Продуктивною формою використання даного методу є круглі столи, форум, громадські слухання.

*Групи волонтерів, що можуть впроваджувати метод.* Особливістю використання методу є те, що він потребує додаткових знань, вмінь та навичок, насамперед, керування групою. Тому використання даного методу передбачає додаткове навчання волонтерів та практичний досвід проведення хоча б якоїсь частини вищезазначених методів.



## 4.6. Сценарій Форум-театру

### Мізансцена №1.

*Ранок.* Оля прокидається, займається ранковим туалетом, застеляє ліжко, одягається та йде на кухню снідати. Оля приймає антиретровірусні препарати, бере шкільну сумку, бутерброд на обід (кладе в сумку), цілує на прощання маму, бажає їй вдалого дня та виходить за двері.

### Мізансцена №2.

*Школа.* Оля приходить в школу із запізненням, урок вже почався. Сердита вчителька каже: «Ти постійно запізнюєшся! Тобі з твоїм здоров'ям потрібно навчатися вдома!» та в якості покарання викликає Олю до дошки. Сусід за партою прикріплює до спини дівчинки папірець з образливим словом «спідозна». Дівчинка отримує двійку за те, що не виконала домашнє завдання, та репліку вчительки: «А ти не задумувалась над тим, чому саме тобі однокласники на спину чіпляють такі написи?»

### Мізансцена №3.

*Школа.* Оля йде на урок трудового навчання, де вчитель дає завдання дівчатам приготувати борщ. Однак, Олі вчитель відмовляється давати в руки ніж та пропонує просто поспостерігати за приготуванням борщу. Оля сердиться. Ніхто з однокласників її не підтримує, оскільки одні не знають, чому вчитель не дозволяє Олі взяти участь у процесі, а інші — знають про статус Олі та переконані, що можуть заразитися, якщо, раптом, Оля поріжеться.

### Мізансцена №4.

*Школа.* Дівчата домовляються про зустріч у однієї із дівчат на вихідні для того, щоб навчитися готувати салат «Олів'є». Оля стоїть осторонь. Її ніхто не запрошує. Оля плаче, бо її вважають не такою як інші.

### Мізансцена №5.

*Дім.* Оля вдома і каже мамі, що більше не хоче ходити до цієї школи. Вона відмовляється виконувати домашнє завдання та пояснювати мамі причини своєї поведінки. Оля закривається у своїй кімнаті.

Звучить СТОП! Пауза.

Глядачам пропонується змінити кожен представлений мізансцену таким чином, щоб зазначених негативних наслідків з дівчинкою не відбулося. З цього моменту починається нова частина вистави, що триває 2–3 години, в процесі чого надається важлива інформація стосовно проблемної ситуації. Наприклад, інформують про шляхи передачі ВІЛ-інфекції, оскільки у виставі програвалася сцена, де демонструвалося небажання спілкуватися з дитиною через страх заразитися ВІЛ.

Після закінчення вистави береться інтерв'ю в учасників, проводиться анкетування. Ведучий у такому виді діяльності є головним консультантом, оскільки нові сценки не повинні бути агресивними чи смішними, не повинні викликати у глядачів суперечливі почуття.

Однією із особливостей «форум-театру» є відсутність рекомендацій як потрібно діяти у другій частині вистави. У кінцевому результаті вибір робить сама людина, і ніхто не може їй сказати як потрібно діяти в такій ситуації. Це і є головною особливістю методики.

Впровадження такої методики потребує ґрунтовної підготовки, яка проходить в три етапи.

**1. Вибір проблеми.** При цьому важливо знати не лише особливості місця, де відбуватиметься вистава, але й точно знати, для якої категорії населення розробляється сценарій.

**2. Розробка сценарію.**

**3. Репетиція мізансцен.** При цьому учасники повинні володіти методикою «форум-театру».

Впровадження такої методи передбачає певні умови: дії повинні відбуватися не на сцені, а перед нею чи в спеціальному великому приміщенні (наприклад, спортзал), де глядачам буде легко вийти на імпровізовану сцену та змінити акторів.



## 4.7. Характеристики цільової аудиторії<sup>24</sup>

### Батьки та члени родини

Категорії	Характеристики
Вік	33–60 років
Наявність вільного часу	Не достатньо (2–4 години на тиждень)
Потенціал до волонтерської роботи	Низький (висока зайнятість + домашні клопоти)
Інтереси групи	<p>Турбота про своїх дітей;</p> <p>Бажання спілкуватися з іншими батьками, особливо за наявності спільних інтересів/проблем тощо;</p> <p>Бажання знайти нових друзів;</p> <p>Бажання бути авторитетними для своїх дітей;</p> <p>Бажання зробити щось важливе і корисне;</p> <p>Самореалізація;</p> <p>Безпечне середовище</p>
Особливості	<p>Потрібен особливий підхід у навчанні;</p> <p>Критичне мислення;</p> <p>Важко зібрати у групу;</p> <p>Висока зайнятість;</p> <p>Переймаються усім, що може впливати на їхніх дітей;</p> <p>Часом піддаються забобонам і стереотипам;</p> <p>Часто консервативні</p>
Можливі ризики	<p>Можливі регулярні перерви з різних причин від волонтерської діяльності;</p> <p>Професійне вигорання</p>

### Медики

Категорії	Характеристики
Вік	22–65 років
Наявність вільного часу	Достатньо, оскільки можуть працювати волонтерами під час виконання службових обов'язків
Потенціал до волонтерської роботи	Середній (залежить від віку, зайнятості)

<sup>24</sup> Формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІДу: особливості підготовки волонтерів / Гусак Н., Дмитришина Н., Довбах Г., Жарук І., Зінченко А., Матіяш О., Назарук В., Панфілова О., Романова Н. – К.: МБФ «Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні», 2011. – 128 с.

Інтереси групи	Постійне підвищення кваліфікації (знань); «Вживання»; Повага і авторитет у колективі; Авторитет серед населення (пацієнтів); Бажання зробити щось важливе і корисне; Самореалізація, самовдосконалення
Особливості	Особливий підхід до навчання; Медична освіта; Залежність від графіку роботи; Безпосередній контакт з дітьми та дорослими
Можливі ризики	Скептичне ставлення до волонтерства; Бюрократичні процедури; Професійне вигорання

*Вчителі шкіл та позашкільних закладів, викладачі навчальних закладів*

Категорії	Характеристики
Вік	26–60 років
Наявність вільного часу	Не достатньо (4–6 годин на тиждень), проте мають постійний доступ до дітей
Потенціал до волонтерської роботи	Середній (залежить від завантаженості, віку і стажу роботи)
Інтереси групи	«Вживання»; Професійне зростання; Лідерство; Бути в курсі нових тенденцій; Авторитет і повага в колективі; Авторитет і повага серед дітей; Бажання зробити щось важливе і корисне; Самореалізація, самовдосконалення
Особливості	Потрібен особливий підхід до їх навчання (можуть критично ставитися до тренера); Часто консервативні погляди (особливо у середнього та старшого віку) і підходи; Безпосередній контакт з дітьми на робочу місці
Можливі ризики	Скептичне ставлення до волонтерства; Бюрократичні процедури у школі; Професійне вигорання

Категорії	Характеристики
Вік	13–24 роки
Наявність вільного часу	Достатньо (6–8 годин на тиждень)
Потенціал до волонтерської роботи	Високий (легко йдуть на контакт)
Інтереси групи	<p>Зацікавлені у груповій роботі з однолітками та спілкуванні;</p> <p>Бажання набути нових знань, досвіду, навичок; знайти нових друзів; займатися чимось важливим і корисним; знайти себе; лідерство; знайти собі оплачувану роботу; самовдосконалення; самореалізація; професійний інтерес</p>
Особливості	<p><i>Для студентів:</i></p> <p>Легко навчаються;</p> <p>Критичне мислення;</p> <p>Достатньо самостійні;</p> <p>Найбільше віддають часу для волонтерства в періоди між сесіями;</p> <p>Ініціативні;</p> <p>Не люблять бюрократії.</p> <p><i>Для учнів шкіл:</i></p> <p>Потрібно отримувати дозвіл батьків на волонтерську роботу;</p> <p>Можлива швидка зміна мотивацій до роботи;</p> <p>Потребують значної уваги з боку супервізорів;</p> <p>Легко піддаються впливу</p>
Можливі ризики	<p><i>Для студентів:</i></p> <p>Не завжди воліють ділитися про свої невдачі;</p> <p>При невдалому керуванні можуть залишити волонтерську роботу;</p> <p>Можуть залишити волонтерську роботу при знаходженні оплачуваної роботи.</p> <p><i>Для учнів шкіл:</i></p> <p>Опір батьків;</p> <p>Швидка втрата інтересу до роботи;</p> <p>Образи чи непорозуміння з однолітками</p>

## 4.8. Презентація «Особливості підбору інформації»

### Слайд 1

Як Ви підбираєте інформацію, яку потім використовуєте у своїй роботі?

### Слайд 2

#### **Фази процесу аналізу інформації**

визначення джерел інформації;  
знаходження специфічних даних;  
перегляд даних;  
представлення їх у певній системі.

### Слайд 3

#### **Джерела інформації:**

##### *Первинні*

(монографії, публікації в академічних журналах, тези конференцій, дисертації, автореферати)

##### *Вторинні*

(збірки публікацій, підручники, енциклопедії, бібліографічні збірки, словники, оглядові статті (статті-огляди літератури), реферативні огляди публікацій в академічних журналах, реферативні журнали)

##### *Третинні*

(професійні журнали, комп'ютерні бази даних в Інтернеті та на компакт-дисках)

### Слайд 4

#### **Робота з електронними ресурсами**

варто звертати увагу на організацію, яка підтримує веб-сторінку, на якій є відповідні дані (якщо це, наприклад, сторінка ООН чи Верховної Ради України, то ця інформація буде достовірною);

не варто використовувати дані, отримані з «анонімних» веб-сторінок або з газетних статей;

соціальні мережі та форуми не є джерелом достовірної інформації

## Електронні ресурси з питань ВІЛ/СНІД

### 1. Законодавство України та державна політика

<http://portal.rada.gov.ua/>

<http://www.aids-dpm.com>

<http://www.moz.gov.ua/ua/i/>

<http://stop-aids.gov.ua/>

### 2. Загальна інформація про ВІЛ/СНІД

<http://www.aidsalliance.org.ua/>

<http://network.org.ua/>

<http://www.socium.kiev.ua/>

<http://uhrn.civicua.org>

<http://www.aids.org.ua>

<http://www.moz.gov.ua/ua/i/>

### 3. Інформація про форми та методи роботи з питань формування толерантного ставлення до людей, які живуть з ВІЛ/СНІД

<http://www.aidsalliance.org.ua/>

<http://network.org.ua/>

<http://uhrn.civicua.org>

*Детальніше про інші Інтернет-ресурси з питань ВІЛ/СНІД можна дізнатися на зазначених сайтах у розділах «корисні посилання», «партнери», «лінки» тощо.*

## 4.9. Вихідна анкета учасника

### ОЦІНКА ТРЕНІНГОВОГО НАВЧАННЯ

1. Як би Ви оцінили тренінгове навчання в цілому за 10-бальною шкалою, де 1 — дуже погано, 10 — відмінно?

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

2. Що було корисним під час тренінгу особисто для Вас?

---



---



---

3. З якими методами роботи Ви ознайомилися під час тренінгу? Вкажіть, будь-ласка.

- a. \_\_\_\_\_
- b. \_\_\_\_\_
- c. \_\_\_\_\_
- d. \_\_\_\_\_
- e. \_\_\_\_\_
- f. \_\_\_\_\_

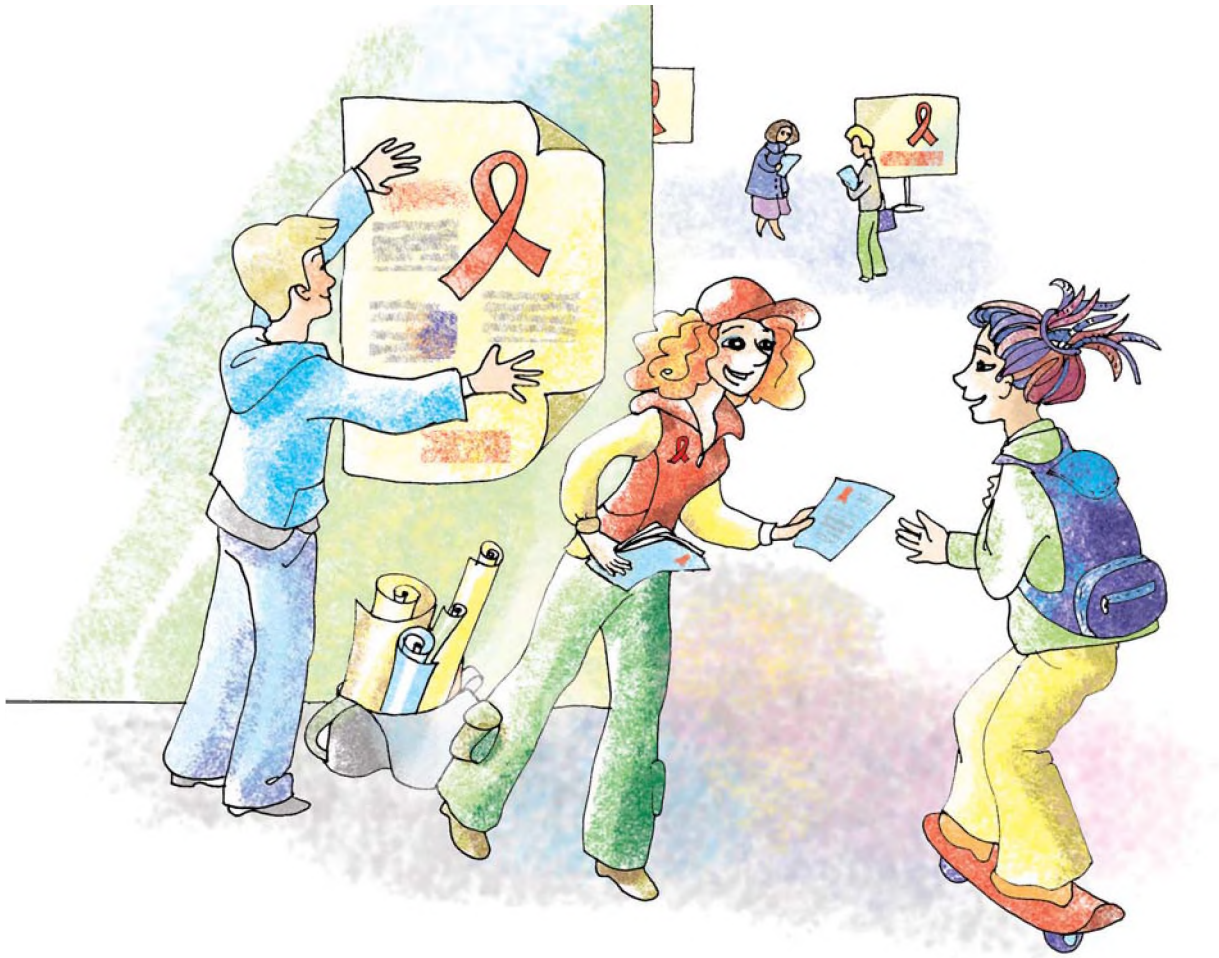
4. Оцініть, будь ласка, рівень своїх знань щодо методів роботи за 10-бальною шкалою, де 1 — дуже погано, 10 — відмінно.

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

5. Оцініть, будь ласка, рівень своїх навичок застосування методів роботи в групі за 10-бальною шкалою, де 1 — дуже погано, 10 — відмінно.

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

**ДЯКУЄМО!**



## Сесія V

### Тренінг «Інформуємо! Активізуємо! Діємо!»

*або як організувати та провести  
інформаційно-просвітницьку кампанію з питань  
толерантності для соціальних працівників  
та волонтерів профілактичних програм,  
які працюють у сфері протидії ВІЛ/СНІД<sup>25</sup>*

**(автор — Вікторія Сановська)**

<sup>25</sup> Тренінг з підготовки державних службовців, які працюють у сфері протидії ВІЛ/СНІД, надано у додатку 5.9.



**Мета:** надати теоретичну інформацію та виробити практичні навички в учасників з проведення інформаційно-просвітницької діяльності щодо запобігання поширенню ВІЛ/СНІД та формування толерантного ставлення до ВІЛ-позитивних людей.

**Завдання:**

- підвищити обізнаність громадськості щодо актуальних питань з профілактики ВІЛ-інфекції, формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД та прав людини;
- надати знання і виробити навички учасників щодо ефективних практик та підходів до розробки і впровадження інформаційно-просвітницьких кампаній задля підвищення спроможності організацій громадянського суспільства протидіяти дискримінації людей, які живуть з ВІЛ.

**Цільова аудиторія:**

- соціальні працівники (представники державних установ та громадських організацій);
- волонтери профілактичних програм, які працюють у сфері протидії ВІЛ/СНІД.

**Кількість учасників одного тренінгу:** до 20 осіб.

**Тривалість:** 2 дні.

**Вимоги до тренерів:**

- знання основ інформаційно-просвітницької (профілактичної) діяльності з протидії епідемії ВІЛ/СНІД;
- наявність вмінь і навичок з планування інформаційно-просвітницьких кампаній (орієнтація у етапах проведення); розробки планів проведення різних інформаційних кампаній; формування бюджету та складання кошторисів.
- знання основ проведення тренінгів (досвіт тренінгової роботи);
- комунікативність, вміння розв'язання конфліктів;
- спостережливість, почуття такту та гумору.

**Вимоги до учасників:** бажання поглибити знання, придбати навички з планування інформаційно-просвітницьких кампаній.

**Необхідне обладнання:** фліпчарт, папір формату А4, А2, маркери, фломастери, бейджі, стікери, кольорові олівці, фарби, клей, ножиці, стікери, пензлі, сувеніри.

## Робочий план

### Перший день

#### Тема 1. Організація та проведення інформаційно-просвітницьких кампаній.

##### Завдання тренера:

- Обговорити актуальність, тематику кампанії (з'ясувати, для чого взагалі потрібні інформаційно-просвітницькі кампанії (далі — ІПК).
- Надати учасникам інформацію про цільову аудиторію, ресурси для проведення кампанії (людські, матеріальні, фінансові).
- Визначати загальні вимоги до організації та проведення кампанії (питання фінансування).
- Навчити складати план підготовки та план проведення кампаній з толерантності (стратегія, етапи, ціль, завдання, дія, результат).
- Пояснити особливості проведення ІПК залежно від цілей та завдань; партнерів, ресурсів, громади, ЗМІ.
- Навчити розробляти різні інформаційні матеріали та зразки соціальної реклами.

Час проведення	Тема	Вид діяльності	Тривалість, хв.	Ресурсне забезпечення
9:30–10:00	Вступна частина	1.Реєстрація, заповнення вхідної анкети.	30	Бланк для реєстрації, анкети вхідна (Додаток 5.1)
10:00–10:20	Знайомство тренера з групою	2.Привітання учасників.	3	Програма тренінгу, бейджі, маркери, підготовлений аркуш паперу А1 із запитаннями для знайомства, кольорові олівці, папір А 4
		– Організаційні питання.	5	
		– Представлення тренінгу, мети, завдань, очікувань.	5	
		3.Знайомство з учасниками. Вправа «Приємно тебе бачити».	12	
10:20–10:30		4.Прийняття правил роботи.	10	Маркери, фліпчарт, стікери
10:30–10:40		5.Очікування від ознайомлення з темою щодо організації та проведення ІПК.	10	Фліпчарт із намальованим стадіоном, де промальовано «старт», «фініш очікувань та побоювань», «доріжки», стікери.

10:40–11:20	Тема 1. Організація та проведення інформаційно-просвітницьких кампаній.	1.1. Стратегія ІПК: а) міні-лекція «Рекламна кампанія», б) міні-лекція «Стратегія», в) міні-лекція «Принципи», – групова робота, – обговорення.	До 10 хвилин кожна міні-лекція	Маркери, фліпчарт, фло-мастери, папір А 4.
<b>11:20–11:35</b>	<b>Перерва</b>			
11:35–12:40		1.2. Планування ІПК:  визначення особливостей актуальності, тематики, проблем, пріоритетних напрямків роботи, мети, завдань, цільової групи:  – робота із заповненням 2 таблиць-схем;  – робота в підгрупах, — презентація;  – загальне обговорення;  – вправа «Цільова група та її особливості» (за потребою).	20  20  15  10	Маркери, фліпчарт, фло-мастери, папір А 4.
12:40–13:00		1.3. Планування ІПК: дії ( заходи на виконання поставлених завдань) та результати:  – вправа «Намалюй свою квітку»;  – робота в підгрупах, підготовка до презентації.	10  10	Папір А 4, А 2 та кольоровий, клей, пензлі, ножиці, фломастери
<b>13:00–14:00</b>	<b>Обід</b>			

14:00–15:10		Продовження роботи над виконанням вправи «Намалюй свою квітку»: – презентація; – загальне обговорення; – відповіді на запитання.	40 20 10	Папір А 4, А 2 та кольоровий, клей, пензлі, ножиці, фломастери
15:10–16:10		1.4. Ресурси для проведення кампанії (людські, фінансові, матеріальні тощо): – робота з таблицею «Ресурси кампанії»; – робота в підгрупах; – презентація; – загальне обговорення; – відповіді на запитання.	10 20 10 10 10	Роздаткові матеріали «Ресурси для організації кампанії»
<b>16:10–16:30</b>	<b>Перерва</b>			
16:30–17:20		1.5. Вправа «Моя думка»: – робота в підгрупах; – індивідуальна робота; – презентація; – загальне обговорення; – підведення до висновку, що такі кампанії потрібні взагалі, як інструмент привернення уваги суспільства/громади до актуального питання.	10 5 10 20 5	маркери, фліпчарт, кольорові олівці, папір А 4, стікери (2 кольори)
17:20–17:40	Підведення підсумків тренінгу	1.6. Вправа «Квітка»	20	Жива, паперова або плюшева квітка

## Другий день

### Тема 2. Особливості інформаційно-просвітницьких кампаній з питань формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД

#### Завдання тренера:

- Розказати про технології розробки інформаційних матеріалів (види, якість підготовки, тираж, достовірність і цікавість інформації тощо).
- Сформувати практичні навички щодо розробки інформаційно-просвітницьких матеріалів.
- Визначити загальні вимоги до організації та проведення ІПК (вказати на роль волонтерів у організації та проведенні різних заходів, акцій, що можуть складати єдину ІПК).
- Навчити учасників розробляти план проведення ІПК з толерантності у молодіжному середовищі.

Час проведення	Тема	Вид діяльності	Тривалість, хв.	Ресурсне забезпечення
9:30–9:50	Обговорення попереднього матеріалу	Обговорення попереднього матеріалу стосовно ІПК: запитання — відповіді.	20	Маркери, фліпчарт, кольорові фломастери, папір А 4.
9:50–11:05	Тема 2. Особливості ІПК з питань формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД.	2.1. Планування етапів ІПК, направлених на загальне населення: – робота в підгрупах; – презентація; – загальне обговорення; – бесіда	20 15 30 10	Маркери, фліпчарт, фломастери, папір А 4.
11:05–11:20	<b>Перерва</b>			
11:20–12:00		2.2. Вправа «Намалюй СЛОВО»: – індивідуальна робота; – групове обговорення.	20 20	Маркери, фломастери, кольорові та графітні олівці, фарби, пензлі, посуд для води, папір А4, А2, заготовлені приклади малювання слів

12:00– 13:00		2.3. Створення інформаційно-просвітницьких матеріалів:  – запитання;  – міні-лекція «Етапи створення та розповсюдження інформаційних матеріалів»;  – робота волонтерів;  – обговорення.	20  25  5  10	
<b>13:00– 14:00</b>	<b>Обід</b>			
14:00– 14:55		2.4. Види інформаційних матеріалів та технології їхньої розробки:  – запитання — відповіді;  – індивід. робота;  – міні-лекція «Види інформаційних матеріалів та технології їхньої розробки».	20  10  25	Фліпчарт, маркери, фло-мастери, папір А 4, А 2.
14:55– 16:20		2.5. Вправа «Митець»:  – робота в підгрупах;  – презентація;  – загальне обговорення;  – рекомендації.	30  15  30  10	Фліпчарт, маркери, фло-мастери, папір А 4, А 2, стікери
<b>16:20– 16:35</b>	<b>Перерва</b>			
16:35– 17:00		2.6. Оцінка ефективності розроблених матеріалів та їх вплив на цільові групи:  – індивід. робота;  – загальне обговорення.	15  10	Стікери
17:00– 17:40		Підведення підсумків тренінгу  Зворотний зв'язок  Прощання. Анкета (вихідна)	15  15  10	Анкета вихідна (Додаток 5.8)

# Порядок проведення

## Перший день

### Вступна частина

#### 1. Реєстрація та заповнення вхідної анкети (Додаток 5.1)

#### 2. Привітання учасників. Організаційні питання. Представлення назви тренінгу — мета, задачі, очікування. Обговорення правил тренінгу.

**Метод:** презентація.

**Інформація для тренера.** Тренер вітає учасників, представляється, розповідає про мету і завдання всього тренінгу. Наголошує про необхідність наявності специфічних знань по темі та про важливість наявності комунікативних навичок у роботі з людьми.

#### 3. Знайомство з учасниками. Вправа «Приємно тебе бачити»

**Метод:** групове обговорення.

**Інформація для тренера.** Цей блок важливий не тільки для створення доброзичливої атмосфери у групі, а й для розуміння та оцінювання тренером рівня підготовки та інформованості групи щодо теми курсу та їх очікувань.

**Хід вправи:** на фліпчарті тренер вивішує підготовлений аркуш паперу А1, де вказані запитання, на які потрібно відповісти учасникам:

1. Ім'я .....
2. Місце роботи .....
3. Досвід роботи з організації/проведення/участі в інформаційно-просвітницьких кампаніях чи профілактичних акціях .....
4. Захоплення .....

\* У тому випадку, коли учасники ще не написати своє ім'я на бейджах, тренер пропонує це зробити.

Тренер під час відповідей учасників звертає особливу увагу на відповіді про досвід роботи учасників, які можуть допомогти йому в підборі вправ та завдань у процесі роботи. Знайомство проводиться у колі.



## 4. Прийняття правил роботи

**Метод:** мозковий штурм, групове обговорення.

**Хід справи:** тренер пропонує учасникам сформулювати правила роботи в групі, які він записує на фліпчарті, після чого кожного запитує, чи приймають це правило усі учасники тренінгу. Правила вивішуються на видному місці у залі, де проводиться тренінг.

### Приклади правил роботи в групі:

- взаємоповага;
- пунктуальність;
- активність;
- говорити від себе;
- без критики;
- посміхатися...

## 5. Очікування від ознайомлення з темою щодо організації та проведення інформаційно-просвітницьких кампаній

**Метод:** індивідуальна робота, презентація, обговорення.

**Хід справи:** тренер роздає учасникам стікери різних кольорів (по чотири на кожного) і пропонує учасникам написати окремо на двох стікерах свої очікування від тренінгу, а на інших двох — свої побоювання. Потім тренер пропонує наклеїти стікери на доріжках до фінішу та презентувати, після чого відбувається загальне обговорення.

**Інформація для тренера.** Тренер відмічає, що при підведенні підсумків тренінгу, група повернеться до своїх очікувань та побоювань аби визначитися, які з них «збулись».

## Тема 1. Організація та проведення інформаційно-просвітницьких кампаній

### 1.1. Стратегія ІПК (інформаційно-просвітницьких кампаній) (40 хв.)

**Методи:** запитання, мозковий штурм, міні-лекція.

**Інформація для тренера.** Тренер повинен зацікавити інформацією, налаштувати слухачів на сприйняття матеріалу. Наголошує, що знання основ планування різних інформаційних кампаній допоможе у роботі стосовно створення позитивного іміджу не тільки установи, закладу, організації, а й людини. Спираючись на презентацію, тренер з'ясовує розуміння терміну «кампанія», її етапів, стратегії, принципів. Планування інформаційно-просвітницьких кампаній: актуальність, тематика (визнання проблеми, пріоритетні напрямки роботи), мета, завдання кампанії.

#### а) Рекламна кампанія

**Запитання до учасників:**

1. Як розумієте терміни «кампанія», «акція»?
2. Назвіть, які, на вашу думку, мають бути етапи планування та проведення кампаній.
3. Чи потрібні такі ІПК взагалі, чи виступають вони як дієвий інструмент привернення уваги до таких актуальних питань, як толерантність, боротьба з дискримінацією і стигмою у суспільстві.

**Інформація для тренера.** Тренер заохочує учасників до вільного спілкування, записує на фліпчарт відповіді.

Після обговорення тренер читає міні-лекцію «Рекламна кампанія» (Додаток 5.2). Після лекції тренер роздає учасникам тренінгу пам'ятки для самостійного опрацювання (Додаток 5.3).

#### б) Стратегія

**Запитання тренера:**

Що визначає термін «стратегія»?

**Інформація для тренера.** Тренер заохочує учасників до вільного спілкування, опираючись на виявлений рівень знань, пропонує новий матеріал у вигляді міні-лекції.

##### Міні-лекція «Стратегія»

Стратегія — загальний план будь-якої діяльності для досягнення мети. Тактика є інструментом реалізації стратегії і підпорядковується меті й завданням стратегії. Стратегія досягає мети завдяки рішенням проміжних тактичних завдань. Стратегія, як спосіб дії, є необхідною у ситуації, коли для прямого досягнення основної мети недостатньо наявних ресурсів.

#### в) Принципи стратегій

**Завдання учасникам:** розглянути й обговорити принципи стратегії.

**Інформація для тренера.** Тренер, спираючись на презентацію, пропонує новий матеріал.

## Міні-лекція «Принципи стратегії»<sup>26</sup>

### Принципи стратегії полягають у наступному:

**Цілісність** — визначає єдину цілісну стратегію, що обумовлює основні стратегічні напрями та конкретні дії.

**Системність** — планування та здійснення діяльності на основі системного аналізу впливу інформаційного супроводу населення на актуальну ситуацію щодо визначеного питання (наприклад, ВІЛ/СНІД в Україні).

**Доступність** — адаптація інформаційних матеріалів для загального населення та окремих цільових груп населення (наприклад, споживачів ін'єкційних наркотиків, працівників комерційного сексу, дітей виліці тощо) з урахуванням вікових, культурних, релігійних та інших особливостей.

**Багатоаспектність** — поєднання різних аспектів інформаційно-профілактичної діяльності:

- інформативний (забезпечення достовірною інформацією);
- соціальний (вплив на формування мотивації до вибору моделі безпечної поведінки стосовно різних ризиків);
- психологічний (вплив на формування особистісних ресурсів бути здатним зробити позитивний вибір у складній життєвій ситуації);
- просвітницький (сприяння формуванню базової системи знань).

**Адекватність** — відповідність інформаційно-профілактичної роботи реальній соціально-економічній ситуації в країні, регіоні, місті, районі тощо.

**Легітимність** — відповідність інформаційно-профілактичної діяльності нормативно-правовим актам України.

**Комплексність** — узгоджена взаємодія щодо інформаційно-профілактичної роботи на міжвідомчому та міжсекторальному рівнях.

**Толерантність** — інформаційно-профілактична діяльність не повинна за будь-яких обставин допускати дискримінацію та стигматизацію людей.

## 1.2. Планування інформаційно-просвітницьких кампаній: актуальність, тематика (визнання проблеми, пріоритетні напрямки роботи), мета та завдання кампанії (65 хв.).

**Методи:** групова робота, обговорення, презентація, бесіда.

**Хід справи:** необхідно об'єднати учасників тренінгу у 3 групи і дати час для усвідомлення почутого і вільного обговорення. Потім запропонувати спланувати кампанію за наступною таблицею-схемою 1:

<sup>26</sup> З наказу МОЗ «Про затвердження Стратегії інформаційно-профілактичної діяльності щодо протидії поширенню ВІЛ-інфекції/СНІДу серед населення» від 02.02.2010 № 67.

Таблиця-схема 1 (зразок)

Тема кампанії	Актуальність (обґрунтувати, навести приклади, статистика тощо)	Пріоритетні напрямки роботи

Завдання для обговорення в підгрупах: за якими критеріями необхідно визначати тематику кампанії (актуальність, проблеми, статистика, дослідження, рекомендації щодо поліпшення ситуації, пріоритетність роботи, мета та завдання кампанії)?

**Інформація для тренера.** Тренер з'ясовує виконання завдання, надає змогу представити своє бачення кожному з бажаючих. Слідкує за послідовністю та системністю викладення матеріалу. Тренер наголошує, що неможливо планувати роботу коли немає мети, завдання. А для їх визначення потрібна цільова група, знання її особливостей.

Для продовження обговорення теми тренер пропонує визначити основні складові кампанії за наступною таблицею-схемою 2:

Таблиця-схема 2 (зразок)

Цільова група/групи	Мета	Завдання

**Завдання для обговорення в підгрупах:** визначити цільову групу або групи та прописати для неї мету та завдання кампанії.

**Інформація для тренера.** Якщо тренер помічає, що в учасників тренінгу є труднощі у встановленні/визначенні цільових груп, він може додатково провести вправу з визначення цільових груп.

### Вправа «Цільова група та її особливості» (10 хв.)

**Метод:** мозковий штурм, групове обговорення.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, папір А 4.

**Завдання:** тренер пропонує учасникам назвати цільові групи, які можуть проводити інформаційні кампанії (тобто виступати у ролі організаторів), та вказати групи, які можуть долучатися у якості учасників таких кампаній. Тренер записує на фліпчарті представників цих 2-х груп (на аркуші А1):

#### Приклад заповнення аркуша А1

Представники цільових груп, які організовують інформаційно-просвітницькі кампанії	Представники цільових груп, для яких організовуються інформаційно-просвітницькі кампанії
---	--

Тренер повинен слідкувати за логікою та послідовністю думки учасників.

**Висновок:** тренер акцентує увагу, що тільки завдяки чіткому плануванню можна провести хорошу кампанію, яка буде мати позитивні результати.

### 1.3. Планування інформаційно-просвітницьких кампаній: дії (заходи на виконання поставлених завдань) та результати (90 хв.)

#### Вправа «Намалюй свою квітку»

**Метод:** творча групова робота, обговорення, презентація.

**Ресурсне забезпечення:** папір А 4, А 2 та кольоровий папір, клей, пензлі, ножиці, фломастери.

**Виконання вправи:** тренер пропонує прикрасити кімнату, де проводиться тренінг, квітами. Для цього потрібно об'єднатися у 3 групи, визначитися із заходом, який би хотіли провести учасники групи в межах ІПК, записати його у середину квітки, наклеїти на папір, а біля серединки розташувати пелюстки, у яких будуть прописані результати від проведення цього заходу. В результаті, тренер акцентує увагу, що успіх усієї кампанії залежить від продуманих заходів, акцій, дій. Заходи повинні носити комплексний, цілісний характер. Ефективність проведення будь-якого заходу чи акції залежить від того, скільки ресурсів та які з них ми зможемо залучити до реалізації.

### 1.4. Ресурси для проведення кампанії (людські, фінансові, матеріальні тощо) (60 хв.)

**Методи:** групова робота, обговорення, презентація, бесіда.

**Ресурсне забезпечення:** фломастери, маркери, папір А 4, А 2.

**Хід вправи:** тренер акцентує увагу присутніх на наявності такого практичного вміння, як аналіз (моніторинг) своєї діяльності, своїх можливостей та можливостей своїх колег, організації в цілому. Тренер пропонує об'єднатися у 2 групи і заповнити таблицю «Ресурси кампанії», а потім обговорити спільно з усіма присутніми. Таблиці вивішують у залі, де проводиться тренінг.

#### Приклад таблиці «Ресурси кампанії»

<b>Сильні сторони</b> (перерахувати наявні ресурси)	<b>Слабкі сторони</b> (перерахувати необхідні ресурси)
<b>Можливості</b> (Що потрібно зробити?)	<b>Загрози</b> (Ризики, що загрожують?)

**Інформація для тренера.** Тренер зауважує, що дану таблицю можна використовувати як аналіз перспектив з організації та проведення інформаційно-просвітницької кампанії.

### 1.5. Вправа «Моя думка» (50 хв.)

**Методи:** вправа, групова робота, загальне обговорення, дискусія.

**Ресурсне забезпечення:** маркери, фліпчарт, кольорові олівці, папір А 4, стікери 2-х кольорів.

**Хід вправи:** тренер пропонує:

1. Об'єднатися у 3 групи, обговорити і занотувати на аркуші А1 (кожною групою) наступні запитання:

а) що таке стигма та дискримінація людей;

б) заходи, що можуть зменшити стигму та дискримінацію;

в) дії з толерантності, що можуть проявлятися у повсякденному житті до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД;

г) рекомендації щодо боротьби зі стигмою та дискримінацією.

2. Отримані записи розмістити у залі, де проводиться тренінг.

3. Кожен з присутніх індивідуально переглядає отримані записи, аналізує їх і відмічає маркером позиції наступним чином: червоним — згоден, синім — не згоден.

**Інформація для тренера.** Тренер працює з кожною із груп, якщо виникають запитання чи сумніви в учасників, надає додаткову інформацію чи проводить консультацію. При цьому потрібно використовувати матеріали з додатку 5.4. Тренер дає можливість висловитися кожному бажаному і обґрунтовано довести свою думку. Наголошує на тому, що ІПК є дієвим інструментом привернення уваги до таких актуальних питань, як толерантність, боротьба з дискримінацією і стигмою у суспільстві. Дякує за позитивні думки, наводить приклади толерантних виказувань учасників тренінгу.

## 1.6. Вправа «Квітка» (20 хв.)

**Мета:** отримати зворотний зв'язок від учасників, відмітити запитання, над якими необхідно ще працювати.

**Метод:** загальне обговорення.

**Ресурсне забезпечення:** жива, паперова або плюшева квітка.

**Хід вправи:** учасники, передаючи один одному квітку, діляться враженнями, відповідаючи на запитання:

– Які знання Ви можете використати вже сьогодні?

– Який матеріал був більш цікавим?

– Які питання хотілося б розглянути додатково?

Тренер дякує усім за роботу та оголошує робочу програму на наступний день.

## Другий день

### Обговорення попереднього матеріалу (20 хв.)

**Мета:** ще раз обговорити поняття «стратегія», принципи, особливості роботи з цільовими групами.

**Методи:** запитання, бесіда.

**Запитання:**

1. Давайте згадаємо, на які принципи стратегії варто опиратися, розробляючи інформаційно-просвітницьку кампанію.

Принципи стратегії: цілісність, системність, доступність, адекватність, комплексність, толерантність тощо.

2. Давайте згадаємо цільові аудиторії, для яких проводяться інформаційні кампанії.

3. Що є важливим для роботи з цільовими групами?

4. У чому, на вашу думку, полягає актуальність роботи з формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД?

**Інформація для тренера.** Тренер має пересвідчитися у тому, що група зрозуміла попередній матеріал, та наголосити, що отримані знання можна застосувати на практиці при організації інформаційно-просвітницьких кампаній.

## Тема 2. Особливості інформаційно-просвітницьких кампаній з питань формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД

### 2.1. Планування етапів інформаційно-просвітницьких кампаній, направлених на загальне населення (75 хв.)

**Методи:** індивідуальна та групова робота, презентація, загальне обговорення, бесіда.

**Хід вправи:** група об'єднується у 3 групи, обговорює і записує загальні вимоги до розробки кампанії, презентує напрацювання (робота, за бажанням, може відбуватися індивідуально). Представники від інших груп тільки доповнюють сказане, обґрунтовуючи свою думку.

Тренер уважно слідує за презентаціями, доповнюючи і коментуючи вимоги до розробки інформаційно-просвітницьких кампаній.

Підкреслює, що зрозуміле, послідовне планування етапів дасть змогу не тільки чітко розподілити обов'язки серед учасників кампанії, а й проаналізувати і дати оцінку виконанню визначених завдань на кожному етапі кампанії.

Тренер доповнює учасників та ще раз обговорює обов'язкові вимоги до розробки кампанії:

- наявність підготовленої робочої команди;
- чітке визначення проблеми, яку передбачається вирішити в процесі проведення кампанії;
- проведення дослідження, аналіз національного/регіонального аспекту ситуації з проблематики, яка буде обговорюватися у соціумі;



- постановка мети, завдань, формулювання результатів та очікувань;
- визначення цільової групи/груп та обґрунтування цього вибору;
- планування, розробка чіткого плану логічних та взаємопов'язаних (комплексних) заходів, акцій, дій кампанії;
- розробка детального кошторису;
- визначення партнерів та виконавців;
- визначення комунікаційної стратегії, плану дій кампанії, включно з чітко прописаним PR-компонентом щодо кожної з цільових аудиторій (у випадку, якщо їх більше ніж одна);
- інформаційний бренд, гасла, приводи, ключові повідомлення кампанії;
- роздатковий матеріал, соціальна реклама;
- розподіл обов'язків серед учасників кампанії щодо виконання конкретних завдань на усіх етапах кампанії;
- визначення методів донесення інформації до цільових груп і обґрунтування такого вибору;
- партнерство, залучення до запланованих заходів зацікавлених сторін, у т.ч. представників державних, громадських, бізнесових/або культурних інституцій в Україні;
- механізм оцінки ефективності (оцінка результатів і впливів кампанії, у т.ч. ефективності кожного її заходу, наприклад, шляхом анкетування учасників, проведення фокус-груп із різними категоріями населення, учасниками кампанії, відгуки громадських організацій тощо).

Тренер пропонує поділитися досвідом розробки кампаній учасникам, які вже попрацювали у цій сфері, і звертає увагу на важливість та доцільність кожної вимоги (складової) щодо розробки кампаній, яка може вплинути на якість організації та проведення.\*

**\* Варіант завдання.** Якщо тренер переконався в тому, що група добре засвоїла матеріал, він ускладнює його, пропонуючи підгрупам обрати по 2 складові кампанії і детально прописати їх з метою більш широкого розуміння комплексності та взаємовпливу всіх складових інформаційно-просвітницької кампанії.

Тренер відмічає роботу всіх учасників, наголошує, що при розробці будь-якої теми потрібні спеціальні теоретичні і практичні знання, вміння та навички.

**Висновок:** досягнення результату неможливе без ретельного попереднього планування і підготовки кампанії. Роздає усім присутнім міні-пам'ятки стосовно проведення інформаційно-просвітницької кампанії та просить ознайомитися, задати запитання, якщо вони будуть виникати в процесі її огляду.

**Проведення інформаційно-просвітницької кампанії, присвяченої підвищенню обізнаності громадськості щодо ... (тема).**

**Приблизні теми для розгляду:**

1. Поняття толерантності та дискримінації, законодавча база. Роль громадянського суспільства у зменшенні проявів дискримінації.
2. Інформування і просвітницька діяльність.
3. Інформаційно-просвітницька кампанія: суть, спрямованість завдання.
4. Роль інформаційно-просвітницьких кампаній в антикорупційній діяльності.
5. Технології реалізації інформаційно-просвітницької кампанії.
6. Комунікативні канали. Ефективна співпраця зі ЗМІ.

**Реалізація інформаційно-просвітницької кампанії. Оцінка ефективності (результати і впливи).**

**Інформаційно-просвітницька кампанія має передбачати:**

- розробку та проведення різноманітних інформаційно-просвітницьких заходів (наприклад, семінарів, круглих столів, дебатів, конкурсів, вікторин, масових публічних заходів тощо) з обов'язковим включенням інтерактивних, у т.ч. ігрових, розважальних, компонентів; — поширення інформаційних матеріалів кампанії серед учасників заходів;
- планування часу;
- визначення конкретних виконавців;
- пошук фінансових ресурсів для здійснення запланованої діяльності;
- інтенсивну роботу зі ЗМІ (шляхом поширення анонсів та прес-релізів, проведення прес-конференцій, розміщення матеріалів у електронних та друкованих ЗМІ тощо) задля забезпечення широкого висвітлення заходів і донесення ключових повідомлень кампанії до цільових груп;
- механізм оцінки результатів і впливів кампанії, у т.ч. ефективності кожного її заходу (наприклад, шляхом анкетування учасників тощо);
- вибір носіїв реклами — один із найвідповідальніших моментів планування кампанії, тому що носії самі мають імідж, а отже, впливають на імідж всієї кампанії. Необхідно співвідносити завдання і масштаби кампанії з витратами на неї, а також визначити, які засоби масової інформації підходять для комунікації з відповідною цільовою аудиторією.

**Планування заходів. Визначення, планування дій з метою досягнення поставленої мети по завершенні діяльності (кампанії).**

Серед заходів можуть бути: громадські форуми, фестивалі, круглі столи, прес-конференції, диспути, концерти, конкурси, ігри, акції, навчання (лекції, семінари, тренінги), флеш-моби, інтернет-форуми, аукціони, зустрічі з відомими людьми, консультування, розробка соціальної реклами тощо.

Дії співвідносяться із завданням і відповідають на запитання:

- Що робити (завдання)?
- Яким чином (спосіб здійснення)?
- Хто відповідає (розподіл обов'язків)?
- Коли має бути виконано (терміни)?
- Чи достатнє матеріальне забезпечення (ресурси)?
- Що ми хочемо, аби цільова аудиторія зробила з отриманою інформацією?

## 2.2. Вправа «Намалюй СЛОВО» (40 хв.)

**Метод:** творча індивідуальна (групова за необхідності) робота, презентація, групове обговорення.

\* Як варіант — ця вправа може виконуватися на комп'ютері, якщо є для цього відповідна аудиторія.

**Хід вправи:** ця творча робота дає можливість перевірити та розвинути здібності учасників з розробки інформаційних матеріалів, стати більш креативними та ініціативними.

Вправа дасть змогу створити атмосферу взаєморозуміння, налаштує групу слухачів на єдине сприйняття матеріалу.

Спираючись на презентацію та малюнки, тренер пояснює, що таке зорова поезія і як її можна використовувати з цією метою. Крім цього в процесі роботи відбувається розкриття особистості, розвивається образне мислення, уява, фантазія, спостережливість.

### Міні-лекція

**Зорова поезія** — різновид мистецтва, у якому текстовий символ (літера, слово, знак, речення тощо) є елементом зорового образу завдяки специфічному розташуванню, яке утворює певну конфігурацію, малюнок.

Зорова поезія — застигла оптична інформація ігрового характеру, «художня комунікація», яка допомагає у спілкуванні.

Механізм формування образів у свідомості людини це результат взаємодії природного і культурного факторів, рівня сенсорики, уявлень та мислення, життєвого досвіду.

Зорова поезія навчає людей мислити, допомагає бачити речі з іншого боку, проливає світло на проблеми, підсвідомо змушує замислитися над життям та висловити своє бачення світу. Тлумачення зорових поезій дуже суб'єктивне. Кожна людина розуміє цю поезію по-своєму, бачить те, що близьке її стану душі. У кожного можуть виникати різні асоціації залежно від того, хто і як сприймає світ, що його хвилює у даний момент. У цьому і полягає значення візуального мистецтва, адже воно може впливати на світобачення і змінювати його, доносити думку, єднати людей через індивідуальний підхід до кожного.

**Завдання для роботи:** тренер пояснює, що кожна людина повинна «пропустити» слово крізь серце, або розум і перенести побачене на папір. Наводить приклади на підготовлених малюнках. Пропонує їх розглянути, висловити думки щодо зображення. Потім, на фліпчарті тренер записує СЛОВА: життя, здоров'я, кохання, дружба, толерантність, самотність, стигма, зло, сім'я, батьківство, страх, народження, добро тощо (відповідно до теми тренінгу). Пропонує обрати будь-які матеріали для напису/малювання. Усі малюнки вивішуються у приміщенні, де проходить тренінг для ознайомлення та обговорення.

**Інформація для тренера.** Спостерігаючи за виконання завдання, тренер не тільки розуміє як учасник тренінгу сприймає тему, а й надає змогу, через творчість, розкритися людині, поділитися своїми мріями, надіями, страхами. Для закріплення матеріалу тренер може використати електронну презентацію.

## 2.3. Створення інформаційно-просвітницьких матеріалів (60 хв.)

**Методи:** запитання, групове обговорення, міні-лекція, бесіда.

**Інформація для тренера.** Тренеру потрібно навчити/розвинути навички учасників щодо створення інформаційно-просвітницьких матеріалів. Він пропонує давати відповіді на запитання методом мозкового штурму. Відповіді записуються на фліпчарті.

### Запитання:

1. З чого починати розробку інформаційних матеріалів?
2. Які Ви знаєте етапи їх створення?

**Інформація для тренера.** Тренер, опираючись на презентацію (Додаток 5.5), подає новий матеріал щодо етапів створення інформаційних матеріалів, ґрунтуючись на вже отриманих учасниками знаннях.

### Запитання:

1. Хто з присутніх працював чи працює у проектах як волонтер?
2. Чи потрібна допомога волонтерів у створенні та розповсюдженні інформаційних матеріалів?

**Інформація для тренера.** Тренер знає про те, що серед учасників вже є діючі волонтери. Він висловлює слова вдячності за безкорисну допомогу. Наголошує на ролі волонтерів і необхідності залучення їх до роботи. Пропонує бажаючим міні-пам'ятки про волонтерство.

### Міні-лекція

**Волонтерство** є історичним явищем для України, адже воно тісно пов'язане з діяльністю громади, яка завжди відігравала значну роль у житті країни. В Україні цей рух розпочався після 1991 року, паралельно зі зростанням кількості громадських організацій.

Волонтерська діяльність повинна відповідати чотирьом критеріям:

- 1) дає суспільну користь;
- 2) не передбачає фінансової винагороди;
- 3) здійснюється добровільно (відсутність будь-якого примусу);
- 4) виконується у вільний час.

Згідно з Законом України «Про соціальну роботу з дітьми та молоддю» від 21.06.2001 №2558-111 волонтерський рух — це добровільна, добродійна, неприбуткова та вмотивована діяльність, яка має суспільно корисний характер.

Розвиток волонтерського руху відображає активність громади в цілому, тобто велика кількість волонтерів, волонтерських ініціатив показує, наскільки громада намагається вирішити свої проблеми власними силами. Формувати толерантність потрібно за допомогою усіх можливих ресурсів, у т.ч. і волонтерів. Волонтери є найціннішим ресурсом, бо вони здатні донести інформацію до свого оточення і зламати існуючі стереотипи. Для цього потрібно достатньо серйозно й професійно підійти до залучення і організації роботи волонтерів.

Спектр послуг, який може очікуватися від волонтерів, є досить широким. Це може бути як безпосередня робота з ВІЛ-позитивними дітьми (тоді потрібні волонтери з професійними навичками, наприклад: соціальні працівники, медичні працівники, педагоги, соціальні педагоги, правники тощо), так і офісна робота, як от: створення інформаційних матеріалів, написання статей, робота зі ЗМІ, переклад матеріалів з іноземних мов, допомога у підготовці проектів, залучення ресурсів тощо (тоді потрібні волонтери, які в тому числі мають навички роботи на комп'ютері, технічного перекладу, журналісти тощо). Завданням волонтерського проекту може бути зміна поведінки широкої громадськості стосовно ВІЛ-позитивних людей та толерантного відношення до них. Волонтерами для проекту можуть бути школярі, педагоги, студенти, медичні та соціальні працівники, батьки школярів, представники релігійних конфесій, уразливих до ВІЛ груп тощо.

Що може забезпечити успіх у співпраці з волонтерами:

- Повага до них, їхніх думок, рівність, толерантність, взаємодопомога.
- Розуміння того, що від справи є конкретна користь.
- Системність та продуманість роботи.

## 2.4. Види інформаційних матеріалів та технології їхньої розробки (55 хв.)

**Методи:** мозковий штурм, запитання, міні-лекція, групове обговорення.

**Хід справи:** тренер пропонує учасникам тренінгу назвати усі знайомі види інформаційних матеріалів. Добровольць, з числа учасників тренінгу, записує цей перелік на А1, який розміщений на фліпчарті. Після того тренер пропонує усім, хто мав будь-який досвід у розробці інформаційних матеріалів, прикріпити стікери біля того інформаційного матеріалу, який їм знайомий (розміщений на фліпчарті).

Тренер дякує за роботу. Опираючись на почуте і презентацію (*Додаток 5.6*), подає матеріал стосовно видів інформаційних матеріалів. Тренер звертає увагу групи на те, що для того, аби визначити, який вид інформаційного матеріалу потрібно обрати для використання під час кампанії, варто звернути увагу на такі параметри: мету матеріалів; цільову групу, обсяг інформації та фінансові можливості.

## 2.5. Вправа «Митець» (85 хв.)

**Мета:** отримати зворотний зв'язок учасників про етапи створення інформаційних матеріалів щодо проблем ВІЛ/СНІД; відпрацювати отримані навички.

**Методи:** творча робота у малих групах, відпрацювання навичок взаємодії, презентація, обговорення в групі, оцінка.

**Хід справи:** тренер пропонує учасникам об'єднатися у 3 групи. Представник від кожної групи має вибрати картку, де вказано один вид інформаційних матеріалів. Потрібно розробити даний вид інформаційних матеріалів та розповісти про технологію його розробки.

Якщо під час презентації учасники не згадають деякі важливі етапи підготовки матеріалів, то тренер нагадає про них (*Додаток 5.7*). Всі розроблені матеріали вивішуються у аудиторії, де проходить тренінг.

## 2.6. Оцінка ефективності розроблених матеріалів та їх вплив на цільові групи (25 хв.)

**Хід справи:** тренер просить уважно роздивитися розроблені матеріали, дати їм оцінку з точки зору ефективності впливу інформаційних матеріалів на цільові групи. Звертає увагу, що оцінка передбачає ряд критеріїв ефективності, за якими можна визначити ступінь реалізації запланованої мети, завдань тощо: доступність, достовірність, аргументація, а також те, що інформація повинна працювати і мати зворотний зв'язок.

**Інформація для тренера.** Тренер наголошує, що оцінка передбачає розробку критеріїв ефективності, ключових показників за якими можна визначити ступінь реалізації запланованої мети, завдань. При цьому індикатори оцінки мають бути дуже конкретними та вимірюваними.

**Висновок.** Для проведення кампаній розробляються відповідні заходи з врахуванням різних форм й методів роботи. Важливою складовою цієї діяльності є підготовка інформаційно-просвітницьких матеріалів та співпраця зі ЗМІ. У процесі проведення кампаній необхідно:

- дотримуватися певного алгоритму дій (етапів роботи);
- опиратися на існуючі моделі (планування — реалізація — оцінювання чи дослідження — активність — комунікація — оцінка);
- відповісти на запитання:
  1. Чого ми хочемо досягти (результати)?
  2. Як це зробити (методи)?
  3. Які для цього потрібні ресурси (фінансові, матеріальні, людські тощо)?

### Підведення підсумків тренінгу

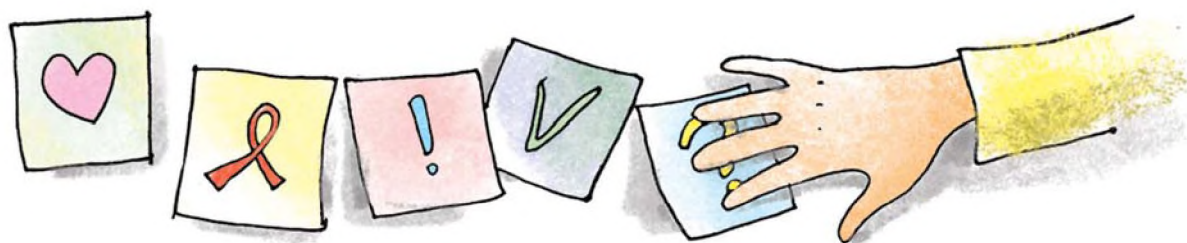
**Хід справи:** учасники, передаючи один одному м'ячик, діляться враженнями, відповідаючи на запитання:

- Що було цікавим?
- Що не зрозуміло і потребує додаткової уваги?
- Які знання можна використати у роботі?

Тренер дякує усім за роботу.

Учасники заповнюють вихідну анкету (Додаток 5.8) та здають її тренеру.





## Додаток 5

### Інформаційні матеріали до сесії V



## 5.1. Вхідна анкета учасника

1. Чому Ви вирішили взяти участь у цьому тренінгу?

---

---

---

2. Вкажіть, будь ласка, рівень своїх знань щодо тематики даного тренінгу за 10-бальною шкалою, де 1 — дуже погано, 10 — відмінно.

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

3. Вкажіть, будь ласка, чи маєте Ви власний досвід з проведення інформаційно-просвітницьких кампаній (потрібне підкреслити)

- а) так, як учасник
- б) так, як один із організаторів
- в) ні

4. Оцініть, будь ласка, рівень своїх навичок з проведення та участі в інформаційно-просвітницькій роботі з толерантного ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД за 10-бальною шкалою, де 1 — дуже погано, 10 — відмінно.

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

**ДЯКУЄМО!**

## 5.2. Міні-лекція «Рекламна кампанія»

**Кампанія** — комплекс заходів, що проводяться з метою досягнення будь-якої важливої мети. *Види кампаній — антиалкогольна, передвиборна, рекламна, військова, ігрова тощо.*

**Рекламна кампанія** — це розробка рекламного звернення і план його показу. Ефективна, успішна рекламна кампанія — це поєднання влучного рекламного звернення і правильного вибору засобів масової інформації. Варто пам'ятати, що успішно спланована кампанія — це майже половина успіху. Перед безпосереднім плануванням кампанії потрібно здійснити *попередній детальний аналіз ситуації* за такими ключовими напрямками:<sup>27</sup>

1. *Аналіз загальної ситуації у регіоні* — основні показники соціально-економічного розвитку регіону, де проводиться кампанія, інфраструктура, аналіз історичного та культурного підґрунтя регіону тощо.
2. *Аналіз ситуації щодо поширення епідемії ВІЛ/СНІД в даному регіоні* — особливості його поширення, наявність мережі ЛЖВ тощо.
3. *Аналіз статистичних даних стосовно проблеми у цьому регіоні* — кількість населення, молоді, шкіл, вищих навчальних закладів, громадських організацій за напрямками діяльності, кількість попередніх заходів та акцій з певної проблематики тощо.
4. *Оцінка обізнаності населення із проблемою на основі досліджень або оцінки експертів* — проведення вторинних досліджень на основі аналізу інформації, що вже існує; проведення первинних досліджень у разі відсутності необхідної інформації. При цьому можна використовувати опитування експертів, фокус-групи, контент-аналіз (кількісний аналіз книг, есе, інтерв'ю, дискусій, газетних публікацій, історичних документів та інших текстів з метою подальшої змістовної інтерпретації виявлених закономірностей. Наприклад, у газетних публікаціях 2010 р. 3895 разів вживалося словосполучення «толерантність до ВІЛ-позитивних дітей», що на 80% частіше, аніж у 2009 р. Це може свідчити про актуальність проблеми, зростання кількості поінформованих щодо проблеми осіб і т.д.) публікацій про проблему у регіональних ЗМІ.
5. *Аналіз діяльності державних органів та неурядових організацій чи фондів у цьому регіоні стосовно проблемних питань* — їхня кількість, основні напрями діяльності, реалізовані проекти, системність тощо.

На основі такого попереднього аналізу можна починати розробку *етапів інформаційно-просвітницької кампанії*, що включає<sup>28</sup>:

1. Визначення проблеми та її опис.
2. Формування мети та завдань.
3. Визначення та аналіз цільової групи.
4. Формулювання ключового стратегічного повідомлення кампанії.
5. Визначення та аналіз каналів комунікації (ЗМІ, міжособистісне спілкування тощо).
6. Планування заходів, форм та методів роботи, часу реалізації.

<sup>27</sup> Матеріали тренінгу «Інформаційно-просвітницька кампанія», підготовлені в рамках проекту «Гідна Україна», 2007. Доступно з: [http://www.tri-sector.org.ua/uploads/files/public/2007/05\\_2007\\_training\\_materials.doc](http://www.tri-sector.org.ua/uploads/files/public/2007/05_2007_training_materials.doc)

<sup>28</sup> Формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІДу: особливості підготовки волонтерів / Гусак Н., Дмитришина Н., Довбах Г., Жарук І., Зінченко А., Матіяш О., Назарук В., Панфілова О., Романова Н. — К.: МБФ «Міжнародний Альянс з ВІЛ/СНІД в Україні», 2011. — С. 78–81.

7. Оцінка наявних та необхідних ресурсів (матеріально-технічне забезпечення, фінансові витрати, людські ресурси; визначення можливих партнерів та опонентів; наявність волонтерів).

8. Проведення різних тематичних заходів та акцій, що є важливими складовими ІПК (брифінг, круглі столи, громадські слухання, конференції, обговорення, диспути тощо).

9. Оцінка (визначення індикаторів оцінки ефективності).

**Визначення проблеми та її опис.** На цьому етапі визначають проблему, проводять її детальне дослідження, з'ясовують кроки, до яких необхідно вдатись, аби покращити ситуацію. З'ясовується, чи можна домогтися таких змін завдяки проведенню інформаційно-просвітницької кампанії.

Основні запитання, на які потрібно відповісти на цьому етапі:

- В чому, на думку організаторів, полягає суть проблеми, яку має вирішити просвітницька кампанія?
- Яку поведінку (які погляди, переконання, ставлення) представників громади потрібно змінити?
- Які соціальні групи потребують вирішення цієї проблеми найбільше?

Від відповіді на останнє питання залежить вибір цільової аудиторії інформаційної кампанії. Постановка проблеми має бути коротким описом відповідної ситуації, сформульованим навіть у вигляді речення або короткого абзацу.

**Формування мети та завдань.** Мета — це загальне твердження про кінцевий результат, що його треба досягнути в результаті кампанії. Це передбачає відповідь на запитання: «Чого ми хочемо досягти в результаті проведення кампанії?».

При цьому визначаються короткострокові та довгострокові цілі, що їх треба реалізувати. Постановка мети також включає систему процедур, зокрема: визначення ресурсів кампанії; з'ясування причин виникнення проблеми та можливих шляхів її вирішення.

**Визначення та аналіз цільової групи.** Етап передбачає відповідь на запитання: «Кого ми хочемо поінформувати чи переконати стосовно певної поведінки, дій?». Це можуть бути широкі прошарки громадян, групи з особливими інтересами, представники ділових кіл, фахівці, молодь, батьки, державні службовці, які приймають рішення тощо.

**Формулювання ключового стратегічного повідомлення кампанії.** Ключове повідомлення має бути певним чином сформульоване. Спочатку необхідно, щоб самі організатори зрозуміли та сформулювали для себе, яку інформацію вони хочуть донести до цільової аудиторії та яким саме чином — через факти, думки тощо. Необхідно враховувати також і те, як краще подати цю інформацію, спираючись на специфіку цільової групи, на яку спрямована інформаційна кампанія, яку стратегію переконання обрати: заохочення чи покарання, обіцянки чи застереження?

**Визначення та аналіз каналів комунікації.** Для інформаційно-просвітницької кампанії важливо визначити засоби, за допомогою яких буде доноситися інформація: телебачення, радіо, брошури, листівки, преса (газети, журнали), події (круглі столи, публічні слухання, семінари, конференції), особисті контакти, індивідуальні зустрічі, реклама (в журналах, на телебаченні), плакати, рекламні щити, іміджева та рекламна продукція (значки, майки, ручки, чашки, наклейки).

**Планування заходів, форм та методів роботи, часу реалізації.** Реалізація цього етапу інформаційно-просвітницької кампанії передбачає вибір заходів, які можуть найкраще сприяти досягненню поставленої мети. Серед таких можуть бути громадські форуми, круглі сто-

ли, прес-конференції, концерти, конкурси та ігри, навчання, флеш-моби, інтернет-форуми, фестивалі, аукціони, зустрічі з відомими людьми, акції.

**Оцінка наявних та необхідних ресурсів.** При оцінці ресурсів можна також використовувати методику SWOT-аналізу. При цьому до оцінюваних ресурсів відносяться матеріально-технічне забезпечення, фінансові можливості, людські ресурси. Окремо визначаються можливі партнери й опоненти кампанії.

**Проведення заходів та акцій, їх реалізація.** Даний етап передбачає безпосереднє проведення запланованих заходів та акцій. Спробуємо навести приклади таких акцій у напрямі формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД. Одним із засобів реалізації інформаційно-просвітницької кампанії є розробка та розповсюдження соціальної реклами у засобах масової інформації. Соціальна реклама може включати рекламні відео- та аудіоролики, плакати, буклети, брошури, білборди та сіті-лайти.

**Оцінка.** Оцінка передбачає розробку наперед визначених критеріїв ефективності, ключових показників, за якими можна визначити ступінь реалізації запланованої мети. При цьому індикатори оцінки мають бути дуже конкретними та вимірюваними.

## 5.3. Роздатковий матеріал на тему «Рекламна кампанія»

### Міні-пам'ятка

**Акція** — це суспільно значимий, цільовий, планований захід, що проводиться з метою досягнення запланованого результату. Існують наступні види акцій: інформаційні, культурні, наукові, освітні, добродійні, святкові тощо. Метою акції є привернення уваги влади, громадськості, ЗМІ до будь-якого питання, щоб у такий спосіб висловитися, донести думку, здійснити тиск тощо. Темою для акції може стати чи загальна соціальна тема (соціальні, політичні та екологічні питання, соціальні послуги тощо), чи будь-яка особиста проблема, пов'язана з порушенням прав.

### 1. Принципи проведення

Акція — досить гнучкий та універсальний інструмент впливу на владу та суспільну думку. Акція може бути одноденною або безстроковою. Акція може бути складовою частиною великої кампанії. При її проведенні варто дотримуватися кількох принципів, які забезпечать ефективність проведення акції:

- актуальність — акція неодмінно проводиться як реагування активної частини нації на ті чи інші проблеми в усіх сферах суспільного життя, і має зачіпати злободенні інтереси кожного громадянина;
- підготовка — кожна акція має бути ретельним чином спланована та підготовлена, щоб передбачити та запобігти неефективному виконанню поставленого завдання;
- результат — кожна акція має служити поштовхом до позитивного результату, як от розголос, залучення нових прихильників, поступки влади тощо.

### 2. Організація акції

У системі організації акції присутні дві складові: організатори та учасники. Ядро організаторів має складатися з професіоналів, які добре розуміють проблему. В їхнє завдання входить власне організація, безпосереднє здійснення завдань акції. Другими є учасники, які приймають участь у акції через свої переконання, або долучається до неї з інших мотивів. Потрібно прагнути залучити якнайбільше число учасників. Але загальне керівництво акцією має знаходитися повністю в руках організаторів, щоб вона дійшла запланованого результату. Потрібно повідомити про акцію місцеві ЗМІ. Це варто робити завчасно, щонайменше за три дні (редакції і телекомпанії готують план роботи на кілька днів вперед), але не більше, як за тиждень. Краще зробити двічі — перший раз за тиждень, вдруге — за два-три дні. Це повідомлення бажано розіслати електронною поштою (попередньо склавши для себе таку базу даних), а також продублювати найголовніші видання особисто по телефону чи факсом. Треба завчасно подбати про плакати і наочну агітацію. Бажано уникати розлогих речень, чітко і коротко викласти свої думки. Також потрібно роздрукувати заяви, листівки або прес-релізи для роздачі зацікавленим. Дуже корисним інструментом для озвучення гасел та промов є мегафон.

### 3. Класифікація акцій

**Брифінг** — це акція однієї новини, коротка зустріч офіційних осіб, що представляють державні або комерційні структури з представниками ЗМІ, на якій повідомляється новина, викладається позиція з певного питання. Брифінг зручний для повідомлення запланованих сенсацій (тобто новин, розрахованих на несподіванку, емоційне сприйняття, на ефект). Спосіб, розрахований на те, що інформація або ідеологічна теза, захована в цю інформацію,

буде сприйнята аудиторією некритично внаслідок того, що емоції поглинуть бажання критично осмислити дане повідомлення.

**Прес-конференція** — організована зустріч журналістів з представниками установ, компаній, організацій або окремими персонами. Мета прес-конференції: надання ЗМІ інформації і коментарів по різних аспектах «з перших рук», перевірка відомостей і уточнення версій за допомогою питань і відповідей.

**Прес-тур** — екскурсія, організована для журналістів з метою залучення уваги до регіону, проекту, підприємства. Прес-тур може виступати самостійним інформаційним приводом.

**Презентація** — офіційне представлення нового підприємства, фірми, об'єднання, проекту, товару колу запрошених осіб. Зазвичай презентація проводиться з рекламно-комерційними цілями для охоплення покупців демонстрованих товарів, яким роздаються зразки продукції.

**Виставка** — показ досягнень в області економіки, науки, техніки, культури, мистецтва і інших сферах суспільного життя.

**Конференція** — нарада представників організацій, учених, фахівців різних сфер діяльності із заздалегідь визначеної тематики.

**«Гаряча лінія» (hot line)** — ефективний засіб двостороннього довірчого зв'язку з громадськістю. Повідомлення про введення «гарячої лінії» дається в газетах і на телебаченні, яке дає змогу надавати інформацію, а також отримувати відомості про громадську думку. Прес-центр, «гаряча лінія» і тому подібне можуть бути доступні 24 години на добу, фіксувати вміст дзвінків для того, щоб знати, які теми найбільш актуальні.

**Промо-акція (promotion)** — стимулюючий захід щодо просування бізнес-продукту на ринку, розрахований на формування інтересу до товару, особи, організації або напряму діяльності. Одна з основних особливостей промо-акції полягає в більш довірчому характері стосунків з цільовою аудиторією.

## 5.4. Матеріали щодо боротьби зі стигмою та дискримінацією

**Проводячи загальне обговорення, варто звернути увагу на наступні питання:**

1. Заходи, які можуть позитивно впливати на зменшення стигми та дискримінації у суспільстві по відношенню до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД, мають охоплювати різні сфери суспільного життя і впливати на всі складові стигми. Більшість діючих нині програм мають освітній характер і не завжди враховують вплив на емоційну сторону людини та суспільні стереотипи.

Провідну роль у подоланні стигми та дискримінації можуть відіграти ЗМІ, кампанії соціальної реклами, публічні виступи людей, які живуть з ВІЛ. Крім того, дискримінацію можна значно зменшити в результаті універсального доступу до якісного лікування, антиретровірусної терапії.

2. Толерантність по відношенню до людей, які живуть з ВІЛ/СНІД, можна визначити як моральну категорію, що характеризує терпиме ставлення до відмінних від загальноприйнятих форм поведінки поглядів, думок, зовнішнього вигляду тощо.

Вона передбачає вміння контролювати власну поведінку, конструктивно розв'язувати конфлікти, долати суперечності тощо.

Варто наголосити, що при визнанні права кожної особистості на свободу слова та самовизначення, необхідно формувати толерантність шляхом впливу на громадську думку.

**Приклади дій з толерантності у повсякденному житті:**

- повага до інших;
- позитивна лексика;
- визнання прав інших;
- безоціночне прийняття людей;
- співпраця з іншими на рівних умовах;
- відмова від домінування та насильства;
- терпимість до чужих думок, переконань, поглядів тощо.

В основі **рекомендацій щодо боротьби зі стигмою та дискримінацією** має бути розуміння проблеми і бажання допомогти.

**Приклади рекомендацій щодо боротьби зі стигмою та дискримінацією:**

- формування позитивно налаштованого інформаційного простору;
- надання чіткої, правдивої, повної інформації не тільки про шляхи передачі ВІЛ, але й про те, в який спосіб можна інфікуватися. Необхідно робити наголос на тих ситуаціях, які, зазвичай, викликають у людей страх (наприклад, контакт зі слиною або укуси комах), обов'язково пояснюючи, чому у наведених прикладах передача ВІЛ малоімовірна або неможлива;
- надання чіткої, правдивої, повної інформації про те, що означає жити з ВІЛ; про навички, необхідні людям для запобігання інфікуванню; про те, як можна бути інфікованим і водночас вести здоровий та продуктивний спосіб життя;



- розтлумачення поняття «стигма»; її шкідливий вплив на людей, які живуть з ВІЛ-статусом, їхні сім'ї та суспільство; а також пояснення, яким чином кожна людина здатна долучитися до подолання стигматизації;
- інформування про ефективні методи профілактики;
- залучення людей, які живуть з ВІЛ і СНІД, до всіх можливих програм. Люди, що живуть з ВІЛ/СНІД, створюють умови для розвитку успішних програм. ВІЛ-позитивні люди повинні стати ядром програм, спрямованих на подолання стигми, коли це доцільно, але після попереднього навчання (якщо це потрібно) та за фінансової підтримки, як оплачувані працівники або консультанти. Зокрема, вони можуть допомогти у боротьбі з необґрунтованими страхами перед випадковим інфікуванням ВІЛ, посприяти розвіюванню міфів про те, що ВІЛ означає негайну недієздатність та смерть, що ВІЛ-позитивні люди чимось відрізняються від інших.

## 5.5. Презентація «Етапи створення та розповсюдження інформаційних матеріалів»

Інформаційно-просвітницькі кампанії проводяться з метою надання певних знань, формування цінностей, установок та поведінки й мають обмеження у часі (чітко визначений початок і закінчення проведення) і ресурсах (чітко визначений бюджет і коло виконавців).

Проведення кампаній супроводжується презентаціями, публікаціями у ЗМІ, виступами відомих людей, проведення масових акцій, заходів, розповсюдженням роздаткових інформаційних матеріалів.

Для розробки матеріалів потрібно сформувати робочу груп, або авторський колектив з числа фахівців з тематики заходів. Наприклад, аби підготувати брошуру для медичних працівників з питань нормативно-правової бази щодо запобігання поширення епідемії ВІЛ/СНІД необхідно залучити юриста, а до розробки буклету для підлітків із питань шляхів поширення ВІЛ/СНІД — психолога.

### Етапи розробки роздаткових інформаційних матеріалів:

**1. Визначення цільових груп** (на яких безпосередньо спрямовуються інформаційні матеріали). Ця робота ґрунтується на таких основних характеристиках:

- демографічні (вік, стать, освіта, місце проживання);
- поведінкові (рівень поінформованості про проблему, відношення до неї, дії або установки);
- психографічні (стиль життя і ціннісні орієнтації, в т.ч. і можливі канали отримання інформації).

**2. Визначення цілей інформаційних матеріалів**, що формуються на основі вивчення проблеми і спрямовуються на її вирішення. Основними цілями можуть бути:

- ознайомлення з проблемою цільових груп; в матеріалах може міститися інформація щодо темпів розповсюдження ВІЛ/СНІД в країні (регіоні, місті); шляхів передачі ВІЛ-інфекції та шляхів, якими ВІЛ-інфекція не передається; опис випадків, пов'язаних з дискримінацією людей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД;
- надання інформації цільовим групам (інформаційні матеріали можуть описувати шляхи передачі ВІЛ/СНІД; правові норми щодо запобігання поширення ВІЛ/СНІД у країні; пояснювати права людини тощо);
- зміна ставлення цільових груп до проблеми — наявні міфи про ВІЛ/СНІД породжують страх, варто робити наголос на типових «випадкових» ситуаціях (наприклад, контакт з кров'ю, потом, слиною або через укуси комарів) та обов'язково пояснювати, чому у наведених прикладах передача ВІЛ-інфекції малоімовірна або неможлива; пояснювати, яким чином застосовується ефективне підтримувальне лікування ВІЛ/СНІД;
- формування знань і практичних навичок роботи з вироблення толерантності до людей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД, у волонтерів. Це, як правило, матеріали тренінгів та семінарів для волонтерів, які працюють у програмах з формування толерантності до сімей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД. Головний зміст роботи полягає у розповсюдженні інформації, необхідної для зміни поведінки і настанов цільових груп. Це повинна бути «інформація не стосовно...», а «інформація для...».

**3. Створення інформаційних матеріалів,** що повинні містити максимально повну і конкретну інформацію для обраних цільових груп і відповідно до визначених теми й мети.

Підготовка матеріалів складається з кількох етапів: пошуку і аналізу доступної літератури з теми повідомлення, підготовки тексту та проведення його експертної оцінки, що проводиться з метою виявлення неточностей інформації.

Коли готується матеріал для дітей підліткового віку, можна запросити психолога з метою проведення експертної оцінки рівня сприйняття матеріалу; при підготовці матеріалів для дорослої аудиторії бажано запросити у ролі експертів представників самих цільових груп.

**4. Апробація:** підготовлений інформаційний матеріал перед розповсюдженням проходить апробацію серед відповідних цільових груп. Апробація дає змогу оцінити сприйняття матеріалу цільовими групами, виправити їхні недоліки, та здійснюється за такими параметрами:

- розуміння і сприйняття кожною з обраних цільових груп: у разі використання професійних термінів існує небезпека того, що цільова аудиторія може їх не зрозуміти; наявність повідомлень, які не сприймаються або ображають почуття аудиторії, може призвести до їхнього часткового чи повного відторгнення;
- привернення уваги: матеріали мають бути яскравими та приємними на вигляд — тільки у такому разі на них можуть звернути увагу учасники або зацікавитися їхнім змістом; привернути увагу до друкованих інформаційних матеріалів може якісна графіка та її колір, стиль тощо;
- особиста залученість: люди, як правило, не звертають уваги на повідомлення, які, на їхню думку, до них не мають жодного відношення, саме тому, готувати матеріали потрібно так, щоб цільова аудиторія чітко зрозуміла, що повідомлення, спрямовується саме на неї та для неї (для цього використовуються відповідні символи, графічні зображення й мова/лексика, яку сприймає і розуміє цільова група);
- спонукання до дій: матеріали можуть стати неефективними, якщо вони не здатні надати чіткі рекомендації стосовно подальших дій, наприклад, яким чином можна проявити толерантність по відношенню до людей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД.

Під час апробації оцінюється: доступність, запам'ятовування; візуальне та емоційне сприйняття; аргументованість. Апробацію використовують на всіх етапах підготовки матеріалу: починаючи від розробки ідеї до її інформаційного наповнення та дизайну.

**5. Канали розповсюдження інформаційних матеріалів:** вибір каналів розповсюдження інформації залежить від цільових груп та має базуватися на аналізі їхніх потреб. Інформацію потрібно донести до цільової аудиторії з урахуванням наступних факторів:

- до яких комунікаційних каналів цільова аудиторія має доступ, наприклад, доступ до мережі Інтернет;
- чи має цільова аудиторія довіру до них, наприклад, чи довіряють місцевим газетам або місцевим телеканалам;
- як часто інформаційне повідомлення буде передаватися/трансляватися;
- яка кількість представників цільової аудиторії зможе її побачити або прочитати, тобто рівень охоплення цільової аудиторії — тираж газет і журналів, обсяг телеаудиторії;
- скільки це може коштувати, тобто фінансові ресурси на виготовлення інформаційних матеріалів.

## 5.6. Презентація «Види інформаційних матеріалів та технології їхньої розробки»

**Листівки.** В них подається невелика за обсягом інформація, аби привернути увагу цільової аудиторії до проблеми або надати стислу інформацію (шляхи передачі ВІЛ/СНІД; шляхи, якими ВІЛ-інфекція не передається тощо).

До розробки листівок, якщо вони розраховані на дітей та підлітків, можна підключити волонтерів із числа підлітків.

Переваги листівок, як роздаткового матеріалу, полягають у тому, що вони мають невеликий розмір, низьку вартість виготовлення, в них можна оперативно розміщувати інформацію, потрібну для цільової аудиторії.

Головним недоліком цього виду матеріалів є незначний обсяг інформації, який можна вмістити на аркуші.

**Брошури** містять достатньо великий обсяг матеріалів і готуються для тих, кому необхідна детальна інформація: вчителів, працівників міліції, органів охорони здоров'я тощо.

Головними перевагами цього типу матеріалів є вузька спрямованість, детальна інформація, можливість розміщення ілюстрацій. Якісно підготовлена брошура (зміст, вигляд) може довго зберігатися як довідковий матеріал. Її можна застосовувати як для постійного користування, так і для поширення серед колег.

Розробка та виготовлення брошури потребує значних фінансових та людських ресурсів, багато часу на підготовку та коштів на видавництво.

Проте, велика кількість інформації може ускладнити її сприйняття. Саме тому брошури краще готувати для фахівців, які працюють із сім'ями, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД.

**Буклети** — найпопулярніша форма інформаційних матеріалів. В буклетах можна розмістити достатній обсяг інформації, вони мають низьку собівартість.

Водночас інформація, надана в буклеті, може мати вузьку спрямованість.

**Плакати** використовуються для привернення уваги, актуалізації проблеми, інформування про соціальні послуги або для пропагування соціально-значимої ідеї.

За головні переваги плакатів правлять їхня наочність, доступність, лаконічність, легкість у запам'ятовуванні сюжету чи ключових висловів.

Основними недоліками є обмеженість інформації, яку можна подати, та можливість розміщення плакатів тільки у закладах (навчальних, медичних, державних установах тощо) або на зовнішніх носіях.

**Постери, наліпки, календарі, поштові листівки тощо.** Ці форми інформаційних матеріалів можна використовувати як додаткові до інших видів інформаційних матеріалів для роботи серед дітей та підлітків.

Вони, як правило, мають яскравий вигляд і подобаються дітям. Їх можна використовувати у вигляді закладок у підручниках, зошитах, наклеювати на портфель тощо.

Основні недоліки: виготовлення цих матеріалів має високу вартість, вони мало інформативні, адже важливою умовою при розробці є зображення яскравої картини чи інших символів, зрозумілих для користувачів.

## 5.7. Презентація «Рекомендації щодо підготовки роздаткових інформаційних матеріалів»

### Рекомендації щодо підготовки роздаткових інформаційних матеріалів:

- зрозумілість матеріалів для цільової аудиторії;
- текст повинен складатися із коротких речень і параграфів, мати заголовки;
- підзаголовки і слова мають бути виділені жирним шрифтом або курсивом;
- текст повинен містити ілюстрації, пояснення і приклади;
- ніколи не розміщуйте текст на тлі ілюстрації — це значно ускладнює читання тексту;
- обирайте шрифт, який легко читається; розмір шрифту повинен бути оптимальним — рекомендується вміщувати до 40 літер на рядок тексту;
- дизайн інформаційних матеріалів має бути якісним (кольорова гама, папір, друк тощо), неякісні інформаційні матеріали люди швидше за все викидають, так і не прочитавши їх;
- кожна ілюстрація повинна мати сенс, або пояснювати інформацію;
- стиль дизайну, малюнки, фотографії повинні відповідати смакам цільових аудиторій;
- потрібно використовувати опис ситуацій, лексику, що її розуміє цільова аудиторія;
- не перевантажуйте текст важкими стилістичними конструкціями та даними;
- потрібно пам'ятати, що кольорова гама впливає на настрій і сприйняття інформаційних матеріалів — враження, навіяні кольором, дуже стійкі, а кольорові матеріали привабливіші за чорно-білі;
- ніколи не використовуйте літери білого кольору на чорному тлі, оскільки таке поєднання кольорів сприймається як негативне;
- беріть за основу позитивний підхід, оскільки «негатив» люди, як правило, витісняють зі свого сприйняття;
- використовуйте джерела інформації, яким люди довіряють, наприклад, міжнародні організації, агенції ООН, ВООЗ, відомі люди — спортсмени, артисти, громадські діячі тощо;
- головні ідеї (ключове повідомлення) подаються кілька разів, а також обов'язково — в кінці всього тексту;
- текст повинен містити джерела інформації, що посилює довіру до наданого матеріалу;
- у тексті завжди необхідно підкріпляти висловлену точку зору аргументами та обов'язково давати рекомендації;
- роздаткові матеріали мають бути яскравими та приємними на вигляд, мати якісну графіку; для відеоінформації — трансляція дії, освітлення; для радіо-матеріалів — звукові ефекти;
- кожна ілюстрація повинна мати сенс, або пояснювати інформацію;
- стиль дизайну, малюнки, фотографії повинні відповідати смакам цільових аудиторій;
- не перевантажуйте текст важкими стилістичними конструкціями та даними;
- кольорова гама впливає на настрій і сприйняття роздаткових матеріалів.

### Під час апробації оцінюється:

- рівень доступності та запам'ятовування інформації;
- рівень сприйняття (візуального та емоційного) і зручність при користуванні інформаційним матеріалом;
- чи містить матеріал достатньо аргументів для цільових груп, аби змінити негативну поведінку.

## 5.8. Вихідна анкета учасника

### ОЦІНКА ТРЕНІНГОВОГО НАВЧАННЯ

1. Як би Ви оцінили тренінгове навчання в цілому за 10-бальною шкалою, де 1 — дуже погано, 10 — відмінно?

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

2. Що було корисним під час тренінгу особисто для Вас?

---

---

---

3. З яких питань, що розглядалися на тренінгу, Ви хотіли б отримати додаткову консультацію від тренера чи інших спеціалістів?

---

---

---

4. Оцініть, будь ласка, рівень своєї готовності до участі у практичній роботі за 10-бальною шкалою, де 1 — дуже погано, 10 — відмінно.

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

5. Оцініть, будь ласка, роботу тренера за 5-бальною шкалою, де 1 — дуже погано, 5 — відмінно.

1      2      3      4      5

5. Оцініть, будь ласка, якість поданих матеріалів за 10-бальною шкалою, де 1 — дуже погано, 10 — відмінно.

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

6. Вкажіть, будь ласка, Ваші побажання організаторам тренінгу:

---

---

---

**ДЯКУЄМО!**



## 5.9. Тренінг для державних чиновників (працівників центральних і місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування)

### «Особливості проведення інформаційно-просвітницьких кампаній з питань формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД»

Державним службовцям, які несуть відповідальність за протидію поширенню епідемії ВІЛ-інфекції, часто закидають звинувачення у слабкому виконанні службових обов'язків та низькому рівні знань щодо даної проблематики. Ситуація ускладнюється не тільки існуванням численної кількості міфів, а й відсутністю систематичного цілеспрямованого навчання за спеціально розробленими програмами для цієї категорії. Тому, даний тренінг з організації та проведення інформаційно-просвітницьких кампаній з питань формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД, — це той мінімум інформації, що може допомогти державним службовцям не тільки зрозуміти суть проблеми, пов'язаної з проблемою ВІЛ/СНІД, а й безпосередньо взяти участь у подоланні стигми/дискримінації з боку соціального оточення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД.

Структурно, наданий матеріал опирається на тренінг для соціальних працівників та волонтерів профілактичних програм, які працюють у сфері протидії ВІЛ/СНІД з доповненнями, які враховують специфіку навчання даної категорії учасників. Може бути використаний у якості інформаційно-методичних матеріалів з підготовки окремої навчальної програми для державних службовців, які працюють у сфері протидії ВІЛ/СНІД.

**Мета:** запровадження системної просвітницької (профілактичної) діяльності щодо інформування населення про ризики та шляхи інфікування ВІЛ задля попередження нових випадків ВІЛ-інфекції/СНІД серед населення України, популяризація безпечної поведінки в контексті запобігання поширенню ВІЛ-інфекції/СНІД, формування толерантного ставлення до ВІЛ-позитивних людей.

#### Завдання:

- підвищити обізнаність громадськості України щодо актуальних для громадян України питань стосовно профілактики ВІЛ-інфекції, формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД, та прав людини;
- надати знання і сформувати навички учасників щодо ефективних практик та підходів до розробки і впровадження інформаційно-просвітницьких кампаній задля підвищення спроможності громадянського суспільства протидіяти дискримінації людей.

#### Цільова аудиторія:

1. Працівники центральних і місцевих органів виконавчої влади.
2. Працівники органів місцевого самоврядування.

**Кількість учасників одного тренінгу:** 25 осіб.

**Тривалість:** 5 днів.

#### Вимоги до тренерів:

- знання основ інформаційно-просвітницької (профілактичної) діяльності;
- наявність вмінь і навичок з планування інформаційно-просвітницьких кампаній (орієнтація у етапах проведення інформаційно-просвітницьких кампаній);
- розробка планів проведення різних інформаційних кампаній;
- формування бюджету, складання кошторисів.



## Вимоги до учасників:

- наявність знань стосовно планування та проведення інформаційно-просвітницьких кампаній;
- бажання поглибити знання, набути навичок з планування інформаційно-просвітницьких кампаній щодо формування толерантності до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД.

## Зміст роботи

Назва сесії	Орієнтовний зміст сесії	Тривалість
Організація та проведення інформаційно-просвітницьких кампаній	<p><b>Теми для опрацювання:</b></p> <p>Стратегія інформаційно-просвітницьких кампаній (принципи та напрями діяльності, шляхи та способи впровадження стратегії).</p> <p><b>Учасники повинні мати розуміння:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– актуальності проблеми (дослідження);</li><li>– тематики (визнання проблеми, пріоритетних напрямків роботи);</li><li>– мети, завдань, цільової аудиторії;</li><li>– необхідних ресурсів для проведення кампанії (людських, матеріальних, фінансових тощо);</li><li>– видів кампаній;</li><li>– моніторингу та оцінки впливу кампанії на зміну суспільної думки з даної проблематики.</li></ul> <p><b>Завдання</b> (навчити учасників):</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Плануванню інформаційно-просвітницьких кампаній.</li><li>2. Чітко ставити мету, визначати завдання, шляхи реалізації та результат роботи.</li><li>3. Формулювати загальні вимоги до організації та проведення кампанії (питання фінансування).</li></ol>	1 день
Доступно про ВІЛ/СНІД, толерантність та взаємодію в суспільстві	<p><b>Теми для опрацювання:</b></p> <p>Інформація про ВІЛ/СНІД — ясна, загальнодоступна, правдива. Підтримка здоров'я ВІЛ-позитивної людини.</p> <p><b>Учасники повинні мати розуміння щодо:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– шляхів передачі інфекції ВІЛ/СНІД, оскільки неправильна або неточна інформація є головною причиною соціальної зневаги, стигми та дискримінації ВІЛ-інфікованих людей;</li><li>– знати основні напрямки боротьби з епідемією ВІЛ-інфекції та її наслідками;</li><li>– знати причини, форми стигматизації, їх вплив на ЛЖВ, їхні сім'ї, дітей та шляхи боротьби зі стигмою;</li><li>– формування навичок практичного застосування знань у щоденному житті.</li></ul>	1 день

	<p><b>Завдання</b> (навчити учасників):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Пояснити, як ВІЛ впливає на життя людей.</li> <li>2. Пояснити, яким чином ВІЛ-позитивна людина може відстрочити захворювання на СНІД.</li> <li>3. Визначити, яким чином стигма та дискримінація впливає на почуття людини (описувати різні стратегії, форми, методи, направлені на боротьбу зі стигмою та дискримінацією).</li> <li>4. Вчитися толерантності.</li> </ol>	
Особливості інформаційно-просвітницьких кампаній з питань формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД	<p><b>Теми для опрацювання:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Як організувати та провести інформаційно-просвітницьку (профілактичну) кампанію з питань толерантності.</li> <li>2) Цільова аудиторія. Необхідні ресурси для проведення таких кампаній.</li> <li>3) Роль інформації у профілактиці інфікування вірусом імунодефіциту людини (інформаційна діяльність). Соціальна реклама (створення та розповсюдження). Інформаційні матеріали (якість підготовки, тираж, достовірність і цікавість інформації тощо).</li> <li>4) Робота з волонтерами (Мотивація та підготовка волонтерів до роботи. Інформаційні матеріали. Правові аспекти роботи).</li> </ol> <p><b>Учасники повинні мати знання щодо:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теми по суті (статистика тощо);</li> <li>– особливості проведення кампаній з толерантності;</li> <li>– форм та методів роботи для подолання стигми та дискримінації;</li> <li>– навичок толерантності та комунікативності;</li> <li>– особливості та ролі профілактичних заходів.</li> </ul> <p><b>Завдання</b> (навчити учасників):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Визначати стратегію (ставити ціль та досягати її).</li> <li>2. Складати план підготовки та план проведення інформаційних кампаній з толерантності.</li> <li>3. Складати кошторис витрат на проведення кампанії.</li> <li>5. Визначати партнерів, залучати ресурси.</li> <li>6. Визначати особливості роботи з цільовою групою.</li> <li>7. Володіти навичками роботи з громадою, ЗМІ.</li> <li>8. Визначати ефективність проведених профілактичних заходів.</li> <li>9. Розробляти інформаційно-профілактичні програми (елементи ефективності: планування, реалізація, оцінка).</li> <li>10. Залучати до роботи волонтерів.</li> </ol>	3 дні

## Перший день

### Тема 1. Організація та проведення інформаційно-просвітницьких кампаній

#### Задачі тренера:

- Надати учасникам інформацію про мету та задачі тренінгу.
- Оцінити рівень інформованості учасників щодо теми курсу та їх очікування.
- Ознайомити зі стратегією інформаційно-просвітницьких кампаній (принципи та напрями діяльності, шляхи та способи впровадження стратегії).
- Обговорити актуальність, тематику (визнання проблеми, актуальність, пріоритетні напрямки роботи), мету та завдання кампанії.
- Надати учасникам інформацію про цільову аудиторію, ресурси для проведення кампанії (людські, матеріальні, фінансові).
- Сформулювати загальні вимоги до організації та проведення кампанії (питання фінансування).

#### 1.1. Реєстрація. Заповнення вхідної анкети. Привітання учасників. Представлення тренінгу, мети, завдань, очікувань

**Метод:** презентація.

**Матеріали:** фліпчарти з завчасно записаними назвою тренінгу, метою та завданнями, папір А 2, А4, маркери, фломастери.

**Інформація для тренера.** Тренер вітає учасників, представляється, розповідає про мету і завдання всього тренінгу. Наголошує на необхідності теоретичних знань по темі та про важливість комунікативних навичок у роботі з людьми.

#### 1.2. Знайомство з учасниками. Вправа «Приємно тебе бачити»

**Метод:** групове обговорення.

**Матеріали:** бейджі, маркери, підготовлений фліпчарт з запитаннями для знайомства, кольорові олівці, папір А 4.

**Інформація для тренера.** Цей блок занять важливий для створення приємної атмосфери. Знайомство проводиться у колі групи, де всі учасники по черзі відповідають на запитання, які виписані на аркуші А1 (підготовлені до початку занять тренером) та розміщені на фліпчарті.

##### Зразок записів для знайомства

1. Ім'я ... .
2. Місце роботи ... .
3. Досвід роботи з організації/проведення/участі в інформаційно-просвітницьких кампаніях чи профілактичних акціях ... .
4. Захоплення ... .

Коли всі присутні представилися, тренер роздає бейджі, маркери та пропонує учасникам написати своє ім'я.

### 1.3. Правила тренінгу

**Методи:** мозковий штурм, групове обговорення.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт.

**Завдання:** тренер пропонує учасникам сформулювати правила роботи в групі, які записує на фліпчарті. Правила вивішуються на видному місці у залі, де проводиться тренінг.

#### Приклади правил роботи в групі

- взаємоповага
- пунктуальність
- активність
- говорити від себе
- без критики
- посміхатися ...

**Інформація для тренера.** Тренер записує озвучені учасниками правила та після цього кожного запитує, чи приймають це правило усі учасники.

### 1.4. Очікування

**Методи:** індивідуальна робота, презентація, обговорення.

**Матеріали:** фліпчарт із намальованим стадіоном. Промальовано «старт» і «фініш очікувань», «доріжки», стікери.

**Завдання:**

- Тренер роздає учасникам стікери різних кольорів (по чотири на кожного).
- Пропонує учасникам написати окремо на кожному стікері свої очікування від тренінгу та про те, що може завадити отримати необхідні знання.
- Тренер пропонує наклеїти стікери на доріжках до фінішу та презентувати кожного з учасників.

**Інформація для тренера.** Тренер зазначає, що по завершенні тренінгу група повернеться до своїх очікувань, аби проаналізувати, які з них «збулись», а які питання залишилися не розкритими.

## 1.5. Інформаційно-просвітницькі заходи, кампанії

**Методи:** бесіда, запитання, групова робота і обговорення, презентація, міні-лекція.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові фломастери, папір А 4.

**Інформація для тренера.** Тренер мотивує слухачів до сприйняття матеріалу і активної співпраці. Для цього він нагадує учасникам про важливість заходів з тематики протидії ВІЛ/СНІД, які затверджені Законами України і обов'язкові для виконання державними службовцями. Учасникам пропонується підготовлена презентація з витягами із Законів України з метою обговорення та акцентування уваги на документи, якими вони послуговуються у своїй роботі.

### Презентація

#### Витяги із Законів України

**1. Про внесення змін до Закону України «Про запобігання захворюванню на синдром набутого імунodefіциту (СНІД) та соціальний захист населення» від 23.12.2010 № 2861-VI. Стаття 5.** Повноваження органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ та організацій щодо здійснення заходів із запобігання захворюванню на ВІЛ-інфекцію.

Пункт 2. *Заходи із запобігання захворюванню на ВІЛ-інфекцію розробляють і здійснюють у межах своєї компетенції відповідні центральні, місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, а також підприємства, установи та організації усіх форм власності.*

**2. Про затвердження Загальнодержавної програми забезпечення профілактики ВІЛ-інфекції, лікування, догляду та підтримки ВІЛ-інфікованих і хворих на СНІД на 2009–2013 роки від 19.02.2009 № 2695.** Основні завдання Програми: для досягнення визначеної цією Програмою мети слід забезпечити здійснення профілактичних та лікувально-діагностичних заходів.

*Профілактичними заходами є: забезпечення масштабної первинної профілактики поширення ВІЛ-інфекції серед населення, передусім серед молоді, через проведення освітньої та роз'яснювальної роботи із залученням засобів масової інформації та мережі Інтернету з пропаганди здорового способу життя, духовних, морально-етичних, культурних цінностей та відповідальної поведінки.*

Завдання і заходи з виконання Загальнодержавної програми:

#### I. Організаційні заходи.

Пункт 5. Підготовка спеціалістів з питань лікування, профілактики та соціальної підтримки для груп ризику, ВІЛ-інфікованих і хворих на СНІД: підготовка спеціалістів.

#### II. Профілактичні заходи.

Пункт 1. Здійснення заходів з первинної профілактики ВІЛ-інфекції/СНІДу: проведення інформаційно-просвітницьких заходів та інформаційно-просвітницьких кампаній.

**Інформація для тренера.** Обґрунтувавши необхідність участі у цьому тренінгу, тренер продовжує роботу, наголошуючи, що знання основ планування різних інформаційних кампаній допоможе у роботі стосовно створення позитивного іміджу не тільки установи, а й людини, яка працює у цій установі.

## Міні-лекція

Імідж установи — це його «обличчя» у «дзеркалі» громадської думки. Імідж — це сприйняття установи суспільством, засобами масової інформації. Формування іміджу — процес складний та багатогранний. Позитивність іміджу визначається такими параметрами, як надійність, чесність та порядність у взаємозв'язках із громадянами, партнерами, висока культура, організація та проведення різного роду політичних, екологічних, соціальних заходів, акцій, кампаній. Одним з дієвих методів досягнення успіху є формування позитивного іміджу.

### Етапи створення іміджу:

- визначення цільової аудиторії, вивчення її віку, роду занять тощо;
- розробка концепції.

Концепція іміджу — це головні ідеї, принципи, мотиви і цінності, характерні для установи, її діяльності, формування, впровадження і закріплення іміджу у свідомості громади, ЗМІ тощо.

У процесі побудови іміджу висвітлюється діяльність установи, її керівництва, різні заходи та інформаційні акції. Встановлюються контакти зі ЗМІ та надаються матеріалами для висвітлення діяльності установи. Ставлення працівників до роботи, їхній емоційний настрій впливають на репутацію установи/організації, а також формують ставлення до неї громадськості/клієнтів, адже саме співробітники установи презентують свій заклад громадськості, створюють певну атмосферу.

Існують загальні правила формування іміджу — визначаються довгострокові мета, завдання, інструменти впливу, дії та результати, якими керуватимуться працівники у своїй діяльності.

Усі складові іміджу спрямовані на досягнення трьох основних цілей:

- досягнення високого рівня компетентності та ефективності у роботі;
- створення і підтримка позитивного іміджу, який сприяє довірі до установи серед людей;
- встановлення емоційного та зворотного зв'язків із суспільством.

**Завдання:** тренер продовжує презентацію (міні-лекцію), пропонуючи об'єднатися у 2 групи, обговорити запитання і презентувати відповіді.

### Запитання:

1. Про яку організацію ми говоримо, що вона має позитивний/негативний імідж?
2. Про яку особу ми говоримо, що вона має позитивний/негативний імідж професіонала?

**Робота в підгрупах:** 20 хв.

**Загальне обговорення:** 20 хв.

### Коментарі

## Міні-лекція

Ми сприймаємо один одного на основі тих комунікативних сигналів, які передаємо. Ці сигнали розподіляються на три групи:

- зорові (те, що ми бачимо — одяг, зовнішність, вираз обличчя, статура, жести, міміка);
- слухові (те, що ми чуємо — голос, його тембр тощо);
- вербальні (те, що ми відчуваємо — дотик, пахощі тощо).

Вчені встановили, що 55% інформації, яка передається людиною, сприймається через її зовнішній вигляд; 38% інформації сприймається через те, як людина використовує свій голос при спілкуванні; і лише 7% інформації сприймається через те, що саме ми говоримо.

Найбільш вагомими елементами при оцінці будь-якої людини з першого погляду:

- |                               |  |
|-------------------------------|--|
| • охайна зовнішність;         | • рукостискання;                                   |
| • дружня посмішка;            | • статура;   |
| • відповідний одяг;           | • мова, тон голосу;                                |
| • загальний настрій;          | • взаємоповага;                                    |
| • такт/самоконтроль;          | • вміння слухати (без критики);                    |
| • почуття гумору;             | • знання, вміння, навички;                         |
| • ввічливість, толерантність; | • повага до свого та чужого часу (пунктуальність). |

**Інформація для тренера.** Тренер наголошує, що людина яка має свій професійний імідж, розуміється на створенні «доброго імені» своєї організації чи установи, зможе організувати і провести інформаційну кампанію. Бо, плануючи створення особистого іміджу, іміджу організації чи проведення заходу використовуються майже однакові методи й прийоми роботи. «Ви їх знаєте і більшість з вас добре володіють ними. Треба тільки пригадати».

Спираючись на презентацію, тренер з'ясовує розуміння терміну «кампанія», її видів та розповідає про принципи, напрями діяльності, шляхи та способи впровадження кампанії.

### Запитання:

1. Що визначає термін «кампанія», назвіть види кампаній?
2. Що розумієте під рекламною кампанією?

### Матеріали для презентації

**Кампанія** — комплекс заходів, що проводяться з метою досягнення будь-якої важливої мети. Види кампаній — антиалкогольна, передвиборна, рекламна, військова, ігрова тощо.

Так, рекламна кампанія — це розробка рекламного звернення і план його показу. Ефективна, успішна рекламна кампанія — це поєднання влучного рекламного звернення і правильного вибору засобів масової інформації.

Процес проведення рекламної кампанії можна розділити на такі блоки:

1. Оформлення замовлення на проведення рекламної кампанії (Що? З якою метою? Для кого? Як? Сама робота, її оцінка).
2. Стратегічне планування рекламної кампанії (принципи).
3. Тактичні рішення (визначення завдань поточного планування рекламної кампанії, визначення жанрів і форм рекламного звернення, розробка рекламного звернення (макета) та його узгодження, розробка бізнес-плану проведення кампанії з урахуванням носіїв і напрямків рекламної діяльності, уточнення бюджету асигнувань на проведення рекламної кампанії тощо).
4. Оперативна робота.



## Запитання:

Що визначає термін «стратегія»?

**Стратегія** — загальний план будь-якої діяльності для досягнення мети.

Тактика є інструментом реалізації стратегії і підпорядковується меті й завданням стратегії.

Стратегія досягає мети, завдяки рішенням проміжних тактичних завдань.

Стратегія як спосіб дії є необхідною у ситуації, коли для прямого досягнення основної мети недостатньо наявних ресурсів.

Розглянемо й обговоримо принципи стратегії.

### Міні-лекція<sup>29</sup>

#### Принципи стратегії

1. **Принцип цілісності** — визначає єдину цілісну стратегію, що обумовлює основні стратегічні напрямки та конкретні дії.

2. **Принцип системності** — планування та здійснення діяльності на основі системного аналізу впливу інформаційного супроводу населення на актуальну ситуацію щодо визначеного питання (наприклад, ВІЛ/СНІД в Україні).

3. **Принцип доступності** — адаптація інформаційних матеріалів для загального населення та окремих цільових груп населення (наприклад, споживачів ін'єкційних наркотиків, працівників комерційного сексу, дітей вилиці тощо) з урахуванням вікових, культурних, релігійних та інших особливостей.

4. **Принцип багатоаспектності** — поєднання різних аспектів інформаційно-профілактичної діяльності:

- інформативний (забезпечення достовірною інформацією);
- соціальний (вплив на формування мотивації до вибору моделі безпечної поведінки стосовно різних ризиків);
- психологічний (вплив на формування особистісних ресурсів бути здатним зробити позитивний вибір у складній життєвій ситуації);
- просвітницький (сприяння формуванню базової системи знань).

5. **Принцип адекватності** — відповідність інформаційно-профілактичної роботи реальній соціально-економічній ситуації в країні.

6. **Принцип легітимності** — відповідність інформаційно-профілактичної діяльності нормативно-правовим актам України.

7. **Принцип комплексності** — узгоджена взаємодія щодо інформаційно-профілактичної роботи на міжвідомчому та міжсекторальному рівнях.

8. **Принцип толерантності** — інформаційно-профілактична діяльність не повинна за будь-яких обставин допускати дискримінацію та стигматизацію людей.

<sup>29</sup> З наказу МОЗ «Про затвердження Стратегії інформаційно-профілактичної діяльності щодо протидії поширенню ВІЛ-інфекції/СНІДу серед населення» від 02.02.2010 № 67.

## Напрями діяльності у рамках стратегії

1. Визначення пріоритетних напрямків інформування населення (наприклад, захист оточуючого середовища, протидія алкоголізму, наркоманії, тютюнопаління, злочинності, ВІЛ/СНІД тощо).
2. Розбудова співпраці та оптимізації взаємовідносин з медіа-партнерами та іншими комунікаційними інституціями.
3. Здійснення міжвідомчої взаємодії щодо інформаційно-профілактичної роботи у межах законодавства України.
4. Оптимізація процесу співпраці державних установ з недержавними та міжнародними організаціями щодо інформаційно-профілактичного супроводу населення.
5. Визначення критеріїв створення мінімального базового об'єму інформаційного пакету для загального населення щодо проблеми.
6. Визначення основ моніторингу інформаційного впливу щодо цієї проблеми на загальне населення та окремі цільові групи з метою оцінки рівня їхньої поінформованості.
7. Створення системи оцінки поширення інноваційних технологій інформаційного забезпечення населення з питань, які нас цікавлять.
8. Оптимізація використання фінансових та кадрових ресурсів в області інформування за рахунок об'єднання зусиль усіх зацікавлених структур, у тому числі недержавних організацій, бізнес-структур та міжнародних організацій.

## Шляхи та способи впровадження стратегії

1. Розроблення переліку напрямків інформування населення.
2. Узгодження напрямків розвитку регіональних інфраструктур, залучення їх до *інформаційно-профілактичної роботи* на національному та регіональному рівнях.
3. Визначення та використання потенціалу засобів комунікації інформації на загальнодержавному та регіональних рівнях.
4. Розроблення та впровадження шляхів взаємовідносин з медіа-партнерами, іншими інституціями та способів їх стимулювання щодо участі у інформаційно-профілактичному процесі.
5. Впровадження інформаційно-просвітницьких кампаній, направлених на загальне населення та інші цільові групи населення.
6. Удосконалення форм і методів інформаційної діяльності з урахуванням інноваційних комунікаційних підходів і технологій.
7. Впровадження єдиного інформаційного бренду при проведенні кампанії.
8. Розробка мінімального базового інформаційного пакету матеріалів для загального населення (з урахуванням віку, психологічних, індивідуальних особливостей тощо).
9. Проведення загального аналізу ефективності впровадження інформаційно-просвітницьких кампаній шляхом аналізу ефективності інформаційного впливу на рівень поінформованості населення та співпраці державних установ, недержавних та міжнародних організацій у рамках кампанії).
10. Активне залучення фінансових і кадрових ресурсів для проведення інформаційно-профілактичної роботи.
11. Сприяння підвищенню кваліфікації фахівців, які залучені до інформаційно-профілактичної діяльності.

**Запитання:**

Що визначає термін «інформаційно-просвітницька діяльність»?

**Матеріали для презентації**

**Інформаційно-просвітницька діяльність** (функція, робота, процес) займає важливе місце у роботі з просвіти населення. Вміння правильно поставити проблему, сформулювати думку, яку потрібно донести до громади, виділити цільові групи, вибрати канал комунікації, через який інформація потрапить до людей — є головними чинниками, які у комплексі заходів впливатимуть на якість проведення усієї роботи.

## **1.6. Актуальність інформаційно-просвітницької кампанії, її тематика (визнання проблеми, пріоритетні напрямки роботи), мета, завдання**

**Метод:** робота в групах.

**Матеріали:** кольорові фломастери, папір А 4.

***Інформація для тренера.** Необхідно дати час учасникам для усвідомлення почутого і вільного обговорення в підгрупах. Обговорення виконання завдань.*

**Запитання для обговорення в підгрупах:**

За якими критеріями необхідно визначати тематику кампанії (проблеми, актуальність, пріоритетність роботи, мета та завдання кампанії).

***Інформація для тренера.** Цей блок важливий для розуміння того, як засвоюється матеріал. Тренер з'ясовує виконання завдання, надає змогу представити своє бачення. Потім пропонує поділитися на групи, обрати тему, визначити мету і завдання, довести її актуальність.*

**Робота в підгрупах:** 20 хв.

**Загальне обговорення:** 20 хв.

***Інформація для тренера.** Тренер слідкує за послідовністю та системністю викладення матеріалу.*

## **1.7. Інформація про цільову аудиторію, ресурси для проведення кампанії (людські, фінансові, матеріальні тощо)**

**Метод:** мозковий штурм, групове обговорення.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові олівці, папір А 4.

**Завдання 1.**

Тренер пропонує учасникам назвати цільові групи, які можуть організовувати інформаційні кампанії, та ті групи, для яких організовують ці кампанії. Доброволець з учасників записує на фліпчарті пропозиції. Таблиці вивішують у залі, де проводиться тренінг.

### Зразок до завдання 1

Представники цільових груп, які організовують інформаційно-просвітницькі кампанії	Представники цільових груп, для яких організовуються інформаційно-просвітницькі кампанії
---	--

**Інформація для тренера.** Тренер повинен слідувати за логікою та послідовністю думки.

### Завдання 2.

Тренер акцентує увагу присутніх на наявності такого практичного вміння, як аналіз (моніторинг) своєї діяльності, своїх можливостей та можливостей своїх колег, організації в цілому.

Пропонує об'єднатися на 2 групи і заповнити таблицю «Ресурси для кампанії», а потім обговорити спільно з усіма присутніми. Таблиці вивішують у залі, де проводиться тренінг.

### Зразок до завдання 2

<b>Сильні сторони</b> (перерахувати наявні ресурси)	<b>Слабкі сторони</b> (перерахувати ті ресурси, які необхідні)
<b>Можливості</b> (Що потрібно зробити?)	<b>Загрози</b> (Ризики, що загрожують?)

**Робота в підгрупах:** 25 хв.

**Загальне обговорення:** 30 хв.

**Інформація для тренера.** Тренер пропонує заповнити дану таблицю і наприкінці усього курсу тренінгу порівняти їх. Зауважує, що дану таблицю можна використовувати для аналізу різної діяльності і особливих досягнень, а також як аналіз перспектив здійснення інформаційно-просвітницької кампанії.

### 1.8. Підведення підсумків: отримати зворотний зв'язок від учасників, відмітити запитання, над якими необхідно ще працювати

Завдання: учасники, передаючи один одному квітку, діляться враженнями, відповідаючи на запитання:

- Які знання можете вже сьогодні використати у роботі?
- Що найбільше здивувало?
- Що було приємним?
- Що дуже сподобалось?

Тренер дякує усім за роботу, розказує про тему на наступний день.

## Другий день

### Тема 2. Доступно про ВІЛ/СНІД, толерантність і взаємодію в суспільстві

#### Задачі тренера:

- Визначити рівень інформованості учасників щодо питань ВІЛ/СНІД, толерантності і розуміння, стигми і дискримінації у суспільстві.
- Надати учасникам інформацію про вірус, шляхи його передачі, основні напрямки боротьби з епідемією ВІЛ-інфекції та її наслідками.
- Ознайомити учасників з інформацією про стигматизацію та дискримінацію людей, які живуть з ВІЛ/СНІД (ЛЖВ). Причини, прояви і форми стигматизації, їх вплив на ЛЖВ, їхні сім'ї, дітей. Шляхи боротьби зі стигмою.
- Формувати навички практичного застосування отриманих знань у житті, роботі.
- Розробити стратегію для боротьби зі стигмою та дискримінацією.

#### 2.1. Привітання учасників. Представлення теми тренінгу, мети, задач, нагадування про дотримання правил роботи в групі

**Метод:** презентація, бесіда.

**Матеріали:** фліпчарти із завчасно записаними назвою тренінгу, завданнями, питаннями для обговорення.

#### 2.2. Доступно про ВІЛ/СНІД

**Метод:** індивідуальна презентація, запитання, групове та загальне обговорення.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові олівці, папір А 4.

**Інформація для тренера.** Блок важливий для розуміння всієї теми. Певний страх перед інфікуванням ВІЛ з боку пересічного громадянина вказує на те, що багатьох людей непокоїть можливість передачі ВІЛ у будь-якій ситуації буденного життя. Цей необґрунтований страх чітко показує, як неповна, неясна, часто негативна інформація про ВІЛ і СНІД може викликати небажані наслідки.

Тренер пропонує групі згадати, які питання про ВІЛ/СНІД найбільше поширені у соціумі. Записує їх на фліпчарті. А потім, підводячи підсумки, звертає увагу на самі актуальні запитання і дає на них відповідь.

## Інформаційні матеріали для тренера

### 1. Як передається ВІЛ?

ВІЛ передається шляхом прямого контакту з інфікованими біологічними рідинами людини, включаючи кров, сперму, виділення піхви і грудне молоко. Це означає, що вірус, який в них міститься, має потрапити в кровоносну систему чи прямо через вену, чи через пошкодження шкіри чи слизової оболонки очей, ротової порожнини, носа, піхви, прямої кишки. Інші виділення організму, такі як сеча, слиз, слина, блювотні маси не становлять небезпеки, якщо в них немає явної присутності крові. Інфікуватися ВІЛ не так легко. На відміну від більшості вірусних інфекцій, як-от застуда чи грип, ВІЛ не передається через чхання, кашель, спільний посуд під час споживання їжі чи через просте перебування біля ВІЛ-позитивної людини. ВІЛ не передається через повітря, воду, їжу чи щоденні дотики, зокрема, рукостискання, обійми, користування спільними туалетами, фонтанчиками для пиття тощо. Таким чином, під час звичайних контактів з ВІЛ-позитивними людьми інші люди не опиняються у небезпеці. Не зафіксовано жодного випадку інфікування ВІЛ у процесі щоденного спілкування з членами сім'ї, родичами, колегами чи друзями.

### 2. В яких ситуаціях існує підвищений ризик інфікування ВІЛ?

- При незахищеному (без правильного використання презервативів з латексу) анальному, оральному, чи вагінальному сексуальному акті з проникненням з ВІЛ-позитивним партнером, чи з партнером, ВІЛ-статус якого невідомий.
- При спільному використанні голос, шприців, чи інших інструментів для ін'єкцій з ВІЛ-позитивною людиною, чи з людиною, ВІЛ-статус якої невідомий.
- ВІЛ-позитивна жінка може передати вірус своїй дитині під час вагітності, пологів, чи грудного годування.
- У випадках, які пов'язані з професійним ризиком, приміром, у разі пошкодження м'яких тканин голками від шприців, які містять ВІЛ-позитивну кров.

**Інформація для тренера.** Підводячи підсумки, тренер акцентує увагу на тому, що:

- *важливо надавати інформацію не тільки про шляхи передачі ВІЛ, але й розказувати про те, в який спосіб людина не може інфікуватися. Необхідно робити наголос на тих типових «випадкових» ситуаціях, які зазвичай викликають у людей страх (наприклад, контакт з потом, слиною або укуси комах) та обов'язково пояснювати, чому в наведених прикладах передача ВІЛ малоімовірна або неможлива;*
- *потрібно також надавати інформацію про те, що означає жити з ВІЛ; про навички, необхідні людям для запобігання інфікуванню; про те, як можна бути інфікованим і водночас вести здоровий та продуктивний спосіб життя.*

## 2.3. Інформація про ВІЛ/СНІД

**Метод:** групове та загальне обговорення, презентація.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові олівці, папір А4, підготовлені картки із запитаннями.

**Завдання:** тренер пропонує учасникам об'єднатися у 5 груп, обрати по два питання, які заздалегідь виписані на аркуші А1 та розміщені на фліпчарті, та презентувати їх у популярній формі (малюнками, картинками, схемами тощо).



## Інформаційні матеріали для групової роботи «Інформація про ВІЛ/СНІД»

### 1. Чи підвищують ризик передачі ВІЛ-інфекції хвороби, які передаються статевим шляхом?

Хвороби, які передаються статевим шляхом, збільшують ризик як отримання, так і передачі ВІЛ. Будь-які запалення, спричинені ІПСШ (такими як герпес, гонорея, хламідіоз, сифіліс), створюють умови для потрапляння ВІЛ у кровотік під час сексуального контакту. Люди з такими захворюваннями більш вразливі до ВІЛ.

Оскільки багато ІПСШ проходять без симптомів, необхідно здавати аналізи на ІПСШ навіть за відсутності ознак захворювання. Останні дослідження вказують, що за наявності ІПСШ ризик інфікування ВІЛ збільшується. Збільшення кількості ВІЛ-інфікованих призводить до того, що ймовірність зараження їхніх сексуальних партнерів під час незахищеного сексу зростає.

За даними досліджень, своєчасне лікування ІПСШ зменшує ризик передачі ВІЛ.

### 2. Чи забезпечує презерватив 100%-й захист від ВІЛ-інфекції?

Презервативи не можуть гарантувати 100%-й захист. Особливо, якщо їх використовують лише інколи і неправильно. Однак, оскільки презервативи з латексу зводять до мінімуму ймовірність прямого контакту зі спермою, кров'ю чи виділеннями піхви (тобто з рідинами організму з високим вмістом вірусу), їхнє використання під час сексу зменшує ризик ВІЛ-інфікування.

Якщо ж разом з презервативом ви використовуєте якусь мазь, то майте на увазі, що вона повинна бути на водній основі. НЕ КОРИСТУЙТЕСЬ змазками на масляній основі, скажімо, вазеліном чи кремом для рук, оскільки вони роблять презерватив менш міцним, що може сприяти його пошкодженню.

У продажу є також презервативи з поліуретану, які призначені тим, у кого латекс викликає алергію. Ризик вагітності і зараження ІПСШ, включаючи ВІЛ, для даного типу презервативів ще не вивчено.

### 3. Чи може передати ВІЛ людина, яка прекрасно почувається і в якій немає жодних симптомів захворювання?

Так. Спочатку в більшості ВІЛ-позитивних людей немає ніяких ознак захворювання, і вони можуть не знати про те, що вони інфіковані.

Але передати вірус іншим людям через сексуальні контакти, спільні голки та інше обладнання для ін'єкцій може будь-яка людина з ВІЛ.

### 4. Для чого людям з ВІЛ необхідно своєчасно звертатися за медичною допомогою?

Для лікування. Винайдено нові ліки, які дають змогу покращити стан здоров'я і допомагають продовжити життя хворих на СНІД. Вони також є ефективним засобом профілактики таких захворювань, як туберкульоз та пневмонія.

Крім цього, існує аналіз під назвою «тест на вірусне навантаження», за допомогою якого визначають кількість вірусу в крові. За його допомогою ВІЛ-позитивні особи та їхні лікарі можуть прийняти обґрунтоване рішення про те, коли розпочинати лікування, яке направлене на попередження появи симптомів захворювання.

За допомогою цього тесту також можна визначити ефективність лікування. Важливою причиною звернення до лікаря є діагностування і лікування інших інфекцій, таких, як туберкульоз і інфекції, які передаються статевим шляхом. Ці захворювання пришвидшують розвиток ВІЛ-інфекції та СНІД.

Особливе значення має медична допомога, що надається ВІЛ-позитивним вагітним жінкам, оскільки своєчасне звернення до лікаря може значно зменшити ризик народження інфікованої дитини.



## **5. ВІЛ-інфекція не передається побутовим шляхом:**

- при дотику, обіймах, рукостисканнях;
- через «сухі» поцілунки;
- при спільному проживанні в одній квартирі;
- через посуд, столові прибори;
- через їжу;
- через постільну білизну, предмети побуту, іграшки;
- через повітря (у тому числі при чханні й кашлі);
- при купанні у воді;
- через ручки дверей, крани, унітази;
- через спортивні снаряди;
- через гроші;
- при укусах комах або тварин.

## **6. Передача ВІЛ через кров**

Найпоширенішим способом інфікування ВІЛ в Україні є використання споживачами ін'єкційних наркотиків забруднених кров'ю голок і шприців, а також використання ними забруднених кров'ю наркотичних препаратів.

Зараження пацієнтів ВІЛ у медичних установах може відбутися при використанні забруднених кров'ю медичних інструментів, розчинів для парентерального введення (внутрішньовенно, внутрішньом'язово, підшкірно); при переливанні крові та її компонентів; при пересадженні інфікованих органів, кісткового мозку.

## **7. Передача ВІЛ від матері до дитини**

Основний шлях зараження дітей — перинатальний, що включає зараження плоду від матері внутрішньоутробно під час пологів і зараження дитини при грудному вигодовуванні. ВІЛ-інфікована жінка може народити як не інфіковану ВІЛ, так і ВІЛ-інфіковану дитину. Світова статистика свідчить, що в середньому зі 100 дітей, народжених ВІЛ-інфікованими жінками, 70 дітей не інфікуються ВІЛ, а 30 дітей інфікуються ВІЛ: 5 — внутрішньоутробно, 15 — під час пологів, 10 — при грудному вигодовуванні.

## **8. Профілактика зараження ВІЛ**

У даний час немає можливості цілком вилікувати ВІЛ-інфіковану людину, можна тільки призупинити розвиток захворювання. Тому найбільш перспективним шляхом вирішення проблеми є удосконалення системи специфічної й неспецифічної профілактики ВІЛ-інфекції, тобто попередження інфікування ВІЛ.

## **9. Основні напрямки боротьби з епідемією ВІЛ-інфекції та її наслідками (ВООЗ):**

1. Попередження статевої передачі ВІЛ, що полягає в навчанні безпечній статевій поведінці, поширенні презервативів, лікуванні інших хвороб, які передаються статевим шляхом, налаштування на спрямоване та свідоме лікування цих хвороб.
2. Попередження передачі ВІЛ через кров методами постачання безпечними кровопродуктами, забезпечення асептичних умов при інвазивній терапії, що порушує цілісність шкіри, у хірургічній і стоматологічній практиках.
3. Попередження перинатальної передачі ВІЛ методами поширення інформації про попередження ВІЛ, перинатальне передання при плануванні, забезпечення медичної допомоги (включаючи консультування) жінкам, що інфіковані ВІЛ.
4. Організація медичної допомоги і соціальної підтримки хворим ВІЛ-інфекцією, їхнім родинам і навколишнім.

**Робота в підгрупах:** 20 хв.

**Загальне обговорення:** 30 хв.

**Інформація для тренера.** Тренер підводить підсумки та акцентує увагу учасників, що така подача матеріалу допоможе краще зрозуміти та засвоїти інформаційний матеріал медичного характеру.

## 2.4. Інформація про ВІЛ/СНІД

**Метод:** запитання — відповідь, індивідуальна робота, дискусія.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові олівці, папір А 4.

**Завдання:** формувати ставлення до ВІЛ-позитивних людей як до пересічних членів суспільства, визнання їхніх прав на повноцінне життя.

**Інформація для тренера.** Тренер задає учасникам запитання та просить їх відповісти кількома словами. Тренеру треба звернути увагу на: відвертість та емоційність учасників групи, наскільки їхні судження відповідають відомостям, які вони отримали на попередніх заняттях, наскільки обговорення носить особистісний характер (можливі інші запитання).

### Інформаційні матеріали для тренера

#### Питання для розгляду:

- Чи зустрічалися ви особисто з ВІЛ-інфікованими особами?
- Як ставляться до ВІЛ-інфікованих людей у різних країнах світу?
- Наскільки важливо для вас знати чи є у вашому оточенні ВІЛ-інфіковані люди та чому?
- Чи обов'язково ВІЛ-інфікований повинен знати про свій стан та чому?
- Чи має право ВІЛ-позитивна жінка народжувати дітей?
- Чи розповсюджуються на ВІЛ-інфікованих осіб права людини?
- Чи мають право ВІЛ-інфіковані діти навчатися у школах, перебувати у дошкільних закладах, яких саме?
- Чи потрібно, на ваш погляд, ізоляція ВІЛ-інфікованих людей?

**Інформація для тренера.** Підводячи підсумки, тренер акцентує увагу на потребі у формуванні позитивно налаштованого інформаційного простору.

## 2.5. Поняття стигми та дискримінації щодо ВІЛ-позитивних людей

**Метод:** індивідуальна презентація, індивідуальна (творча) робота, загальне обговорення.

**Матеріали:** маркери, фломастери, кольорові олівці, фарби, склянки з водою, папір А4, А2.

### Інформаційні матеріали для тренера

Основні джерела походження стигми, асоційованої з ВІЛ/СНІД, пов'язані зі страхом населення та зв'язком цієї хвороби з групами ризику (наркозалежними чи жінками комерційного сексу). Низький же рівень освіти та поінформованості щодо даної проблеми не допомагає людині краще розібратися в проблематиці та менш емоційно реагувати на існуючі публічні правила стосовно прийняття людей з ВІЛ/СНІД.

Якщо йдеться про ВІЛ-позитивних дітей, то громадська думка може болісно впливати не тільки на них, але й на всю їхню сім'ю. У дітей, як правило, дуже високий рівень страху щодо розкриття свого статусу в школі. Через це батьки часто вимушені залишати місце проживання через випадки дискримінації з боку соціального оточення: наприклад, сусіди розказують, що «у цьому будинку живуть діти з ВІЛ, тому потрібно бути дуже обережними». Як наслідок — підвищується самоізоляція сімей з дітьми, вони рідко спілкуються зі своїми ровесниками чи сусідами.

Стигма, це навішування «ярликів», а дискримінація є її наслідком. Загалом, стигма та дискримінація негативно впливають не тільки на якість життя людини, а й на загальний рівень соціальної адаптації.

Стигма є надзвичайно потужним соціальним ярликом, який цілком змінює ставлення до інших людей і до себе, змушує сприймати людину лише як носія негативних, небажаних якостей. Негативне ставлення до людей на основі стигми називають «стигматизацією». Дискримінація — це обмеження прав частини населення за певною ознакою (наприклад, раса, вік, стать, національність, релігійні переконання, сексуальна орієнтація, стан здоров'я тощо).

Суспільство встановлює власні способи, за якими ділить людей на певні групи, визначає набір якостей, які потрібно вважати нормальними.

**Завдання:** пригадайте, що, зустрічаючись із різними людьми, ви не надто замислюєтеся над тим, хто є «свій» або «чужий». Проте, іноді, незвичні риси чи поведінка сприймаються як недоліки чи вади людини, що переводять її до класу неповноцінної особистості. Це і є стигмою. Далі тренер звертається до всіх учасників із наступним проханням: «Пригадайте такі випадки, згадайте свою реакцію. Намалюйте свої відчуття. Поділіться ними».

**Індивідуальна робота:** 20 хв.

**Загальне обговорення:** 30 хв.

**Інформація для тренера.** Вправа дає змогу тренеру не тільки визначити рівень поінформованості учасників щодо толерантності і розуміння, стигми і дискримінації у суспільстві, а й встановити емоційний зв'язок між учасниками.

## 2.6. Причини, що провокують формування стигми та дискримінації щодо ВІЛ-позитивних людей, їх прояви та форми

**Метод:** запитання, індивідуальна презентація, групове та загальне обговорення.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові олівці, папір А 4.

**Інформація для тренера.** Тренер пропонує перерахувати і записати на фліпчарті причини, що провокують формування стигми та дискримінації щодо ВІЛ-позитивних людей. Підводить підсумки.

### Інформаційні матеріали для тренера

1. **Поведінка.** Захворювання на ВІЛ/СНІД пов'язують з відповідальністю носія за його поведінку. Якщо відбувається сприйняття захворювання через ризиковану поведінку людини (наркозалежність, випадкові статеві зв'язки, надання сексуальних послуг за плату тощо), то виникнення стигми є досить вірогідним. Найчастіше воно пов'язане з негативними емоціями людей або завищеними моральними засадами. Оскільки основні шляхи передачі ВІЛ-інфекції (через статеві контакти та кров), пов'язані з ризикованою поведінкою (незахищений секс та спільне використання ін'єкційного інструментарію), то значна частина суспільства вважає ВІЛ-позитивних людей винними у набутті свого статусу.

2. ВІЛ/СНІД є **невиліковною хворобою**, що суттєво загрожує життю людини. З появою перших хворих на ВІЛ/СНІД вважалося, що вони приречені на летальний стан, тобто отримання діагнозу означало звістку про близьку та неминучу смерть. Розробка ефективного підтримувального лікування позитивно вплинула на суспільну думку, але міфи та стереотипи і далі спрямовують загальне сприйняття ситуації у негативне русло.

3. ВІЛ/СНІД є **заразною хворобою**. Надзвичайно сильна стигма асоціюється з хворобами, якими легко можна заразитися або якщо вони можуть бути небезпечними для інших. З огляду на такі характеристики хвороба ВІЛ/СНІД з великою долею вірогідності буде викликати у людей стигму.

**Інформація для тренера.** Необхідно підвести групу до висновку, що стигма знижує об'єктивність оцінки соціуму та призводить до дискримінації конкретних людей. Ситуація, коли негативне ставлення до ВІЛ-позитивних людей стає власним переконанням, є дуже небажаною, тому що це може переходити у реалізацію негативних конкретних дій по відношенню до людей, які живуть з ВІЛ/СНІД.

Тренер продовжує обговорення причини, що провокують формування стигми та дискримінації щодо ВІЛ-позитивних людей, їх прояви та форми.

### Інформаційні матеріали для тренера

#### Прояви та форми стигматизації

- Стигма, що існує у соціумі, не завжди дає змогу дізнатися людині про свій ВІЛ-статус, бо через страх вона може уникати тестування, що може призвести до ненавмисного інфікування іншої людини.
- Стигма не дає можливості людям, які підозрюють, що вони ВІЛ-позитивні, отримати доступ до лікування та консультування. Наприклад, пацієнт, хворий на туберкульоз, приховує свій діагноз.
- Стигма перешкоджає людям використовувати інші послуги. Наприклад, вагітна жінка не приймає антиретровірусні препарати.
- Стигма перешкоджає наданню послуг догляду та підтримки людям, які живуть із ВІЛ/СНІД.

**Інформація для тренера.** Необхідно підвести групу до висновку, що стигма та дискримінація є серйозними перешкодами на шляху ефективної профілактики та якісної медичної допомоги щодо ВІЛ/СНІД. Вона також може переходити на наступні покоління, лягати неприємним тягарем на дітей, батьки яких померли від СНІД.

## 2.7. Вправа «Моя думка»

**Метод:** вправа, групова робота, загальне обговорення, дискусія.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові олівці, папір А 4, стікери 2-х кольорів.

**Завдання (тренер пропонує):**

1) об'єднатися у 3 групи, обговорити і презентувати наступні запитання (кожній групі видати по аркушу А1 та фломастери):

- заходи, що можуть зменшити стигму та дискримінацію;
- дії з толерантності, що можуть суттєво покращити якість повсякденного життя людей, які живуть з ВІЛ;
- рекомендації щодо боротьби зі стигмою та дискримінацією;

2) всі презентації вивісити у залі, де проводиться тренінг для ознайомлення;

3) кожен із присутніх індивідуально аналізує записи і відмічає червоним стікером — згоден, синім — не згоден.

**Робота в підгрупах:** 20 хв.

**Індивідуальна робота:** 5–10 хв.

**Загальне обговорення:** 30 хв.

### **Інформація для тренера.**

1) Що заходи, які можуть зменшити стигму та дискримінацію, мають охоплювати різні сфери суспільного життя і впливати на всі складові стигми. Більшість діючих нині програм мають освітній характер і не завжди враховують вплив на емоційну сторону та суспільні стереотипи. Провідну роль у подоланні стигми та дискримінації можуть відіграти ЗМІ, кампанії соціальної реклами, публічні виступи людей, які живуть з ВІЛ. Крім того, дискримінацію можна значно зменшити в результаті універсального доступу до якісного лікування, антиретровірусної терапії.

2) Що толерантність по відношенню до людей, які живуть з ВІЛ/СНІД, можна визначити як моральну категорію, що характеризує терпиме ставлення до відмінної, від загальноприйнятих форм поведінки, поглядів, думок, зовнішнього вигляду тощо. Вона передбачає вміння контролювати власну поведінку, конструктивно розв'язувати конфлікти, долати суперечності тощо. Наголосити, що при визнанні права кожної особистості на свободу слова, самовизначення необхідно формувати толерантність шляхом впливу на громадську думку.

### **Інформаційні матеріали для тренера**

#### **Приклади дій з толерантності у повсякденному житті:**

- повага до інших;
- позитивна лексика;
- визнання прав інших;
- безоціночне прийняття людей;
- співпраця з іншими на рівних умовах;
- відмова від домінування та насильства;
- терпимість до чужих думок, переконань, поглядів тощо.

Далі тренер переходить до спільного з групою обговорення та формування рекомендацій, як результату виконання перших двох завдань.

### Інформаційні матеріали для тренера

#### Приклади рекомендацій щодо боротьби зі стигмою та дискримінацією:

- формування позитивно налаштованого інформаційного простору;
- надання чіткої, правдивої, повної інформації не тільки про шляхи передачі ВІЛ, але й розказувати про те, в який спосіб вірус є безпечним. Необхідно робити наголос на тих ситуаціях, які зазвичай викликають у людей страх (наприклад, контакт з потом, слиною або укуси комах), обов'язково пояснювати, чому у наведених прикладах передача ВІЛ малоімовірна або неможлива;
- надання чіткої, правдивої, повної інформації про те, що означає жити з ВІЛ; про навички, необхідні людям для запобігання інфікуванню; про те, як можна бути інфікованим і водночас вести здоровий та продуктивний спосіб життя;
- пояснення суті поняття «стигми»; його шкідливий вплив на людей, які живуть з ВІЛ-статусом, їхні сім'ї та суспільство; а також пояснювати, яким чином кожна людина здатна долучитися до подолання стигматизації;
- використання інформації про ефективні методи профілактики;
- залучення людей, які живуть з ВІЛ і СНІД, до всіх можливих програм. Люди, що живуть з ВІЛ і СНІД, створюють умови для розвитку успішних програм. ВІЛ-позитивні люди повинні стати ядром програм, спрямованих на подолання стигми, коли це доцільно, але після попереднього навчання (якщо це потрібно) та за фінансової підтримки, як оплачувані працівники або консультанти. Зокрема, вони можуть допомогти у боротьбі з необґрунтованими страхами перед випадковим інфікуванням ВІЛ, посприяти розвіюванню міфів стосовно того, що ВІЛ означає негайну недієздатність та смерть, що ВІЛ-позитивні люди чимось відрізняються від інших.

**Інформація для тренера.** Тренер дає можливість висловитися кожному бажуючому і обґрунтовано довести свою думку. Дякує за позитивні думки, наводить приклади толерантних виказувань учасників тренінгу.

## 2.8. Підведення підсумків

**Завдання:** учасники, передаючи один одному м'ячик, діляться враженнями, відповідаючи на запитання:

- Що найбільше вразило, викликало емоційний відгук?
- Що було новим, цікавим?
- Що не зрозуміло?

Тренер дякує усім за роботу та надає інформацію щодо плану дій на наступний день.



## Третій день

### Тема 3. Особливості інформаційно-просвітницьких кампаній з питань формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД

#### Задачі тренера:

- Активізувати отримані знання на попередніх заняттях.
- Сформулювати загальні вимоги до організації та проведення ІПК.
- Скласти разом із учасниками плани проведення кампанії.

#### 3.1. Початок роботи: привітання учасників, представлення теми тренінгу, мети, задач

#### 3.2. Інформаційно-просвітницькі кампанії

**Метод:** запитання, бесіда.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові фломастери, папір А 4.

**Інформація для тренера.** Ми вже розглянули питання: що таке «кампанія» та її види, «стратегія», її принципи та напрями діяльності, шляхи та способи впровадження стратегії.

#### Запитання:

1. Згадаємо принципи стратегії.

##### Інформаційні матеріали для тренера

##### Принципи стратегії:

цілісність, системність, доступність, багатоспекторність, адекватність, комплексність, толерантність тощо.

1. Згадаємо цільові аудиторії, для яких проводять інформаційні кампанії.
2. Що є важливим для роботи з цільовими групами?
3. Чи актуальна, на вашу думку, тема інформаційної кампанії з питань формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД?

**Інформація для тренера.** Тренер пересвідчується у тому, що група зрозуміла попередній матеріал, підводить підсумки, наголошує на отриманих знаннях, які можна застосувати на практиці.



### 3.3. Загальні вимоги до розробки (планування етапів) інформаційно-просвітницьких кампаній, направлених на загальне населення та державних службовців з питань формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД

**Метод:** індивідуальна та групова робота, загальне обговорення, презентація.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, фломастери, папір А 4.

**Завдання:** група ділиться на підгрупи, обговорює і записує загальні вимоги до розробки кампанії, презентує напрацювання (робота, за бажанням може відбуватися індивідуально).

**Робота в підгрупах:** 20 хв.

**Загальне обговорення:** 30 хв.

#### Інформаційні матеріали для тренера

##### Обов'язкові вимоги до розробки кампанії:

- наявність підготовленої та сильної команди;
- чітке визначення проблеми, яку передбачається вирішити;
- проведення дослідження, аналіз національного/регіонального аспекту справ;
- постановка мети, завдань, формулювання результатів та очікувань;
- визначення цільової групи/груп та обґрунтування цього вибору;
- планування, розробка чіткого плану логічних та взаємопов'язаних (комплексних) заходів, акцій, дій кампанії;
- розробка детального кошторису;
- визначення партнерів та виконавців;
- визначення комунікаційної стратегії, плану дій кампанії, включно з чітко прописаним PR-компонентом щодо кожної з цільових аудиторій (у випадку, якщо їх більше ніж одна);
- інформаційний бренд, гасла, приводи, ключові повідомлення кампанії;
- роздатковий матеріал, соціальна реклама;
- чіткий розподіл обов'язків серед учасників кампанії щодо виконання конкретних завдань на кожному етапі кампанії;
- визначення методів донесення інформації до цільових груп і обґрунтування такого вибору;
- тісне партнерство, залучення до запланованих заходів зацікавлених сторін, у т.ч. представників державних, громадських, бізнесових/або культурних інституцій в Україні;
- механізм оцінки ефективності (оцінка результатів і впливів кампанії, у т.ч. ефективності кожного її заходу, наприклад, шляхом анкетування учасників тощо).

**Інформація для тренера.** Тренер дає змогу поділитися досвідом розробки кампаній бажаним. Звертає увагу на важливість та доцільність кожної вимоги (складової) до розробки кампаній, що може вплинути на якість її організації та проведення.

### 3.4. Комплексність та взаємовплив складових інформаційно-просвітницьких кампаній з питань формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД

**Метод:** групове обговорення, презентація, рольова гра.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові фломастери, папір А 4, А 2.

**Інформація для тренера.** Тренер пропонує об'єднатися у 4 групи. Кожна група обирає для роботи по два питання, що стосуються вимог до організації кампанії, і детально прописує їх, відповідно до цільової групи (дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД, або інших вікових категорій). Детально розробляє опис і презентує його.

**Робота в групах:** 20–25 хв.

**Презентація:** 40 хв.

**Загальне обговорення:** 20 хв.

**Інформація для тренера.** Тренер слідкує за послідовністю та системністю викладення матеріалу, його комплексним та змістовним наповненням.

### 3.5. Завдання-гра «Добрий день — це Я!»

**Метод:** малювання, індивідуальна робота, обговорення.

**Матеріали:** маркери, фломастери, кольорові олівці, фарби, папір А 4, А 2, клей, ножиці.

**Інформація для тренера.** Учасники малюють автопортрети. Малюнки здають тренеру. Тренер по черзі дістає та показує автопортрети, а учасники відгадують, хто із них на ньому зображений. Коли автопортрет не впізнають, то автор підіймається і говорить «Добрий день — це Я!».

По завершенні індивідуального перегляду автопортретів учасники отримують завдання об'єднатися у 5 груп та на базі власних автопортретів створити груповий колаж під загальною назвою «Всі ми різні — та ми єдині!».

Учасники тренінгу беруть свої малюнки вирізають їх і наклеюють на великий папір у вигляді кола, тим самим створюючи колаж «Всі ми різні — та ми єдині!», який вивішується в залі, де проходить тренінг.

Ця вправа має на меті показати учасникам, як важливо толерантно ставитися один до одного, незалежно від рівня художніх здібностей та талантів кожного із них. А спільна справа зробить кожен малюнок унікальним та значимим.

### 3.6. Розробка мінімального базового інформаційного пакету матеріалів для цільових груп з урахуванням віку, психологічних, індивідуальних особливостей

**Метод:** групове обговорення, презентація, міні-лекція.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові фломастери, папір А 4, А 2.

**Інформація для тренера.** Тренер пропонує об'єднатися у 4 групи. Кожній групі потрібно обрати цільову групу, розробити для неї мінімальний базовий інформаційний пакет матеріалів і презентувати його.

**Робота в підгрупах:** 25–30 хв.

**Презентація:** 30 хв.

**Загальне обговорення:** 20 хв.

**Інформація для тренера.** Тренер робить висновок, щоб організувати та провести інформаційно-просвітницьку кампанію з питань толерантності до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД, потрібно добре знати ту аудиторію, з якою будеш працювати, знання по темі (статистика, приклади), особливості проведення кампаній з толерантності, форми та методи роботи для подолання стигми та дискримінації. Також дуже важливо володіти індивідуальними навичками толерантності та комунікативності.

### 3.7. План проведення кампанії

**Метод:** індивідуальна та групова робота, загальне обговорення, презентація.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові олівці, папір А 4.

**Завдання:** група об'єднується у 3 підгрупи, обирає тему і складає план проведення кампанії. Потім презентує його.

**Робота в підгрупах:** 25–30 хв.

**Презентація:** 30 хв.

**Загальне обговорення:** 20 хв.

**Інформація для тренера.** Тренер відмічає роботу всіх учасників, підводить підсумки, наголошує, що при розробці будь-якої теми потрібні спеціальні теоретичні і практичні знання, вміння та навички. Робить висновок, що досягнення результату неможливе без ретельного попереднього планування і підготовки кампанії. Роздає усім присутнім міні-пам'ятки стосовно проведення інформаційно-просвітницької кампанії. Просить ознайомитися, задати запитання щодо прочитаного.

#### Зразок міні-пам'ятки

**Проведення інформаційно-просвітницької кампанії, присвяченої підвищенню обізнаності громадськості щодо ... (тема).**

Приблизні теми для розгляду:

Поняття толерантності та дискримінації, законодавча база. Роль громадянського суспільства у зменшенні проявів дискримінації.

Інформування і просвітницька діяльність.

Інформаційно-просвітницька кампанія: суть, спрямованість завдання.

Роль інформаційно-просвітницьких кампаній в антикорупційній діяльності.

Технології реалізації інформаційно-просвітницької кампанії.

### **Комунікативні канали. Ефективна співпраця зі ЗМІ.**

Реалізація інформаційно-просвітницької кампанії. Оцінка ефективності (результати і впливи).

#### **Інформаційно-просвітницька діяльність має передбачати наступні етапи:**

- розробка та проведення різноманітних інформаційно-просвітницьких заходів (наприклад, семінарів, круглих столів, дебатів, конкурсів, вікторин, масових публічних заходів тощо) з обов'язковим включенням інтерактивних, у т.ч. ігрових, розважальних, компонентів; поширення промоційних матеріалів кампанії серед учасників заходів;
- планування часу;
- визначення конкретних виконавців;
- пошук фінансових ресурсів для здійснення наміченого;
- інтенсивна робота зі ЗМІ (шляхом поширення анонсів та прес-релізів, проведення прес-конференцій, розміщення матеріалів у електронних та друкованих ЗМІ тощо) задля забезпечення широкого висвітлення заходів і донесення ключових повідомлень кампанії до цільових груп;
- розробка механізму оцінки результатів і впливів кампанії, у т.ч. ефективності кожного її заходу (наприклад, шляхом анкетування учасників тощо);
- вибір носіїв реклами — один із найвідповідальніших моментів планування кампанії, тому що носії самі мають імідж, а отже, впливають на імідж всієї кампанії.

Необхідно співвідносити завдання і масштаби кампанії з витратами на неї, а також визначити, які засоби масової інформації підходять для комунікації з відповідною цільовою аудиторією.

**Інформація для тренера.** Тренер дає можливість висловитися кожному бажаючому і обґрунтовано довести свою думку. Дякує за позитивні думки, наводить приклади толерантних виказувань учасників тренінгу.

### **3.8. Підведення підсумків**

Тренеру потрібно відмітити питання, над якими необхідно ще попрацювати. Для цього він пропонує учасникам виконати наступне завдання:

**Завдання:** учасники, передаючи один одному м'яку іграшку, діляться враженнями, відповідаючи на запитання:

- Що було новим, цікавим?
- Що не зрозуміло?
- Які знання можна використати у роботі?
- Що ще потрібно обговорити?

Тренер дякує усім за роботу та розказує про робочий план на наступний день.

## Четвертий день

### Тема 4. Особливості інформаційно-просвітницьких кампаній з питань формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД (продовження)

#### Задачі тренера:

- Систематизувати досвід з проведення інформаційно-просвітницьких кампаній.
- Розвинути навички учасників щодо створення інформаційно-просвітницьких матеріалів.
- Обговорити роль інформації у профілактиці інфікування вірусом імунодефіциту людини (інформаційна діяльність, співпраця зі ЗМІ).
- Дати основні поняття про соціальну рекламу (створення та розповсюдження), про процес розробки інформаційних матеріалів (якість підготовки, тираж, достовірність і цікавість інформації тощо).
- Ознайомити учасників зі специфікою моніторингу щодо визначення впливу інформаційних матеріалів на цільові групи на час інформаційно-просвітницьких кампаній.

#### 4.1. Початок роботи: привітання учасників, представлення теми тренінгу, мети, завдань.

#### 4.2. Створення (підготовка, виготовлення, розробка) інформаційно-просвітницьких матеріалів

**Метод:** запитання, міні-лекція, бесіда, групове обговорення.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові фломастери, папір А 4, А 2, картки з запитаннями.

**Інформація для тренера.** Тренеру потрібно навчити/розвинути навички учасників щодо створення інформаційно-просвітницьких матеріалів. Він пропонує відповіді на запитання давати методом мозкового штурму. Відповіді записуються тренером на аркуші А1, що закріплені на фліпчарті.

#### Запитання:

- З чого починати розробку інформаційних матеріалів?
- Які знаєте етапи їх створення?

**Інформація для тренера.** Тренер після проведення мозкового штурму, опираючись на презентацію, подає новий матеріал щодо етапів створення інформаційних матеріалів, ґрунтуючись на вже отриманих учасниками знаннях.

## Інформаційні матеріали для презентації

Серед головних причин стигми та дискримінації до ВІЛ позитивних людей — низька поінформованість щодо особливостей цього захворювання та шляхів його передачі. Крім цього, існує ряд негативних міфів (наприклад, укуси комарів).

Виправити ситуацію можна тільки за умови підвищення рівня поінформованості населення шляхом проведення широкої інформаційно-просвітницької кампанії та розповсюдження роздаткових матеріалів.

Ви вже знаєте, що інформаційно-просвітницькі кампанії проводяться з метою надання певних знань, формування цінностей, установок та поведінки й мають обмеження у часі (чітко визначений початок і закінчення проведення кампанії) і ресурсах (чітко визначений бюджет і коло виконавців).

Проведення інформаційно-просвітницьких кампаній супроводжується презентаціями, публікаціями у засобах масової інформації, виступами відомих людей, проведенням масових акцій та розповсюдженням роздаткових інформаційних матеріалів.

Перш ніж розпочати розробку матеріалів потрібно сформувати робочу групу, або авторський колектив з числа фахівців з тематики заходів. Наприклад, аби підготувати брошуру для медичних працівників з питань нормативно-правової бази щодо запобігання поширення епідемії ВІЛ/СНІД, необхідно залучити юриста, а до розробки буклету для підлітків із питань шляхів поширення ВІЛ/СНІД — психолога.

### Етапи розробки роздаткових інформаційних матеріалів:

1) **визначення цільових груп** (груп людей, на яких безпосередньо спрямовуються інформаційні матеріали). Ця робота ґрунтується на таких основних характеристиках:

- демографічні (вік, стать, освіта, місце проживання);
- поведінкові (рівень поінформованості про проблему, відношення до неї, дії або установки);
- психографічні (стиль життя і ціннісні орієнтації, в т.ч. і можливі канали отримання інформації);

2) **визначення цілей інформаційних матеріалів**, що формуються на основі вивчення проблеми і спрямовуються на її вирішення.

Основними цілями можуть бути:

- ознайомлення з проблемою цільових груп.

У матеріалах може міститися інформація щодо темпів розповсюдження ВІЛ/СНІД в країні (регіоні, місті); шляхів передачі ВІЛ-інфекції, шляхів, якими ВІЛ-інфекція не передається; опис випадків, пов'язаних з дискримінацією людей, яких зачепила проблема ВІЛ/СНІД;

- надання інформації цільовим групам (інформаційні матеріали можуть описувати шляхи передачі ВІЛ/СНІД; правові норми щодо запобігання поширення ВІЛ/СНІД у країні; пояснювати права людини тощо);
- зміна ставлення цільових груп до проблеми.

Нааявні міфи про ВІЛ/СНІД породжують страх, варто робити наголос на типових «випадкових» ситуаціях (наприклад, контакт з кров'ю, потом, слиною або через укуси комарів) та обов'язково пояснювати, чому у наведених прикладах передача ВІЛ-інфекції мало ймовірна або неможлива; пояснювати, яким чином застосовується ефективне підтримувальне лікування ВІЛ/СНІД;

- формування у волонтерів знань і практичних навичок роботи з вироблення толерантності до людей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД.

Це, як правило, матеріали тренінгів та семінарів для волонтерів, які працюють в програмах з формування толерантності до сімей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД.



Головний зміст цієї роботи полягає у розповсюдженні інформації, необхідної для зміни поведінки і настанов цільових груп. Це повинна бути «інформація не стосовно...», а «інформація для...»;

**3) створення інформаційних матеріалів**, що повинні містити максимально повну і конкретну інформацію для обраних цільових груп і відповідно до визначених теми й мети.

Підготовка матеріалів складається з етапів: пошук і аналіз доступної літератури з теми повідомлення, підготовка тексту та проведення його експертної оцінки, що проводиться з метою виявлення неточностей інформації.

**4) апробація.** Підготовлений інформаційний матеріал, перш ніж розповсюджуватися, проходить апробацію серед відповідних цільових груп. Апробація дає змогу оцінити сприйняття матеріалу цільовими групами та виправити їхні недоліки.

Апробація здійснюється за такими параметрами:

- розуміння і сприйняття кожною з обраних цільових груп.

У разі використання професійних термінів існує небезпека того, що цільова аудиторія може їх не зрозуміти. Наявність повідомлень, які не сприймаються або ображають почуття аудиторії, може призвести до їхнього часткового чи повного відторгнення;

- привернення уваги.

Матеріали мають бути яскравими та приємними на вигляд: тільки у такому разі на них можуть звернути увагу учасники або зацікавитися їхнім змістом. Привернути увагу до друкованих інформаційних матеріалів дає змогу якісна графіка та її колір, стиль тощо; для відеоінформації — трансляція дії, освітлення; для радіоматеріалів — звукові ефекти тощо;

- особиста залученість.

Люди, як правило, не звертають уваги на повідомлення, які, на їхню думку, до них не мають жодного відношення. Саме тому, готувати матеріали потрібно так, щоб цільова аудиторія чітко зрозуміла, що повідомлення спрямовується саме на неї та для неї (для цього використовуються відповідні символи, графічні зображення й мова/лексика, яку сприймає і розуміє цільова група);

- спонукання до дій.

Матеріали можуть стати неефективними, якщо вони не зможуть надати чіткі рекомендації стосовно подальших дій, наприклад, яким чином можна проявити толерантність, поводитися не дискримінаційно по відношенню до людей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД.

Під час апробації оцінюється: доступність, запам'ятовування; візуальне та емоційне сприйняття; аргументованість. Апробацію використовують на всіх етапах підготовки матеріалу, починаючи від розробки ідеї до її інформаційного наповнення та дизайну.

**5) канали розповсюдження інформаційних матеріалів.** Вибір каналів розповсюдження інформації залежить від цільових груп та має базуватися на аналізі їхніх потреб. Інформацію потрібно донести до цільової аудиторії з урахуванням наступних факторів:

- до яких комунікаційних каналів цільова аудиторія має доступ (наприклад, доступ до мережі Інтернет);
- чи має цільова аудиторія довіру до них (наприклад, чи довіряють місцевим газетам або місцевим телеканалам);
- як часто інформаційне повідомлення буде передаватися/транслюватися;
- яка кількість представників цільової аудиторії зможе її побачити або прочитати, тобто рівень охоплення цільової аудиторії — тираж газет і журналів, обсяг телеаудиторії;
- скільки це може коштувати, тобто фінансові ресурси на виготовлення інформаційних матеріалів.



### 4.3. Вправа «Творці»

**Метод:** творча робота у малих групах, відпрацювання навичок, презентація, обговорення в групі, оцінка.

**Матеріали:** фліпчарти, маркери, ножиці, журнали, папір А 2 та кольоровий папір формату А4.

**Завдання:** тренер пропонує групі об'єднатися у 4 підгрупи та розробити рекомендації щодо підготовки інформаційних матеріалів й представити їх на загальне обговорення.

**Робота в підгрупах:** 15 хв.

**Презентація:** 20 хв.

**Загальне обговорення:** 25 хв.

**Інформація для тренера.** Тренер, спираючись на презентацію, подає новий матеріал стосовно рекомендацій, необхідних для створення інформаційних матеріалів.

#### Інформаційні матеріали для презентації

##### Загальні рекомендації щодо підготовки інформаційних матеріалів

**Доступність.** Інформаційні матеріали потрібно готувати так, щоб їх розуміли люди, для яких проводяться інформаційно-просвітницькі кампанії. Для цього варто використовувати мову, стиль, символи конкретних цільових груп: наприклад, для батьків ці матеріали можуть бути наповнені детальнішою інформацією з проблематики, а якщо йдеться про підлітків, то тут потрібно більше уваги приділити дизайну. Саме від рівня доступності матеріалу залежить ефективність розроблених матеріалів та їхній вплив на учасників заходів, які проводимуться в межах інформаційно-просвітницької кампанії.

**Достовірність інформації.** Користувачі інформації бувають різними. Хтось може зразу повірити наданій інформації, але необхідно мати на увазі, що більшість людей захоче перевірити її достовірність, особливо якщо наводяться цифри чи інша статистика або назви державних документів. Тому, поруч з інформацією, необхідно наводити її джерела, що посилять довіру до наданого матеріалу.

**Аргументація.** В інформаційних матеріалах завжди необхідно підкріпляти висловлену точку зору аргументами. Варто пам'ятати, що їх не повинно бути надто багато (щонайбільше 5–9). У процесі обґрунтування потрібно посилатися на відоме й достатньо авторитетне джерело інформації. Так, при підготовці профілактичних інформаційних матеріалів для посилення впливу інформаційного повідомлення треба використовувати такі види аргументації:

- повідомлення має кілька сильних аргументів, які стверджують, що цільова аудиторія може стикнутися з вкрай негативними наслідками несвідомої ризикованої поведінки (наприклад, вживання наркотиків, алкоголю тощо);
- повідомлення містить аргументи, які стверджують, що ці наслідки можуть статися, якщо цільова аудиторія не дотримуватиметься запропонованих рекомендацій;
- повідомлення містить аргументи, які дають повну впевненість, що негативних наслідків можна уникнути, коли дотримуватися запропонованих рекомендацій.

Залежно від віку користувачі можуть по-різному сприймати надану інформацію, що обов'язково необхідно враховувати у роботі. Так, діти в підлітковому віці практично не сприймають або ігнорують інформацію, яка подається у повчальному тоні. Її краще подавати з позиції рівного з повагою до прав людини на самостійне прийняття рішення та сприйняття інформації без будь-якого зовнішнього тиску.

**Інформація повинна працювати.** У процесі підготовки до проведення інформаційно-просвітницької кампанії необхідно обговорити та закласти очікувані результати від заходів, які будуть проводитися в її межах.

Важливе значення слід надавати розробці та розповсюдженню матеріалів. При цьому потрібно мати на увазі, що матеріали можуть мати як пряму, так й опосередковану дію на учасників. Наприклад, можна інформувати населення з метою вироблення відповідної громадської думки щодо негативного впливу дискримінації на людей, які живуть з ВІЛ/СНІД, їхні сім'ї, суспільство, тобто створити своєрідне інформаційне середовище, яке поступово впливатиме на зміну поведінки людей.

Матеріали повинні містити конкретні пропозиції й рекомендації щодо проблематики. Саме надання практичних рекомендацій визначається спеціалістами як прийом, який дає змогу підвищити ефективність сприйняття аудиторією наданої інформації.

**Зворотний зв'язок.** Добре організований процес розповсюдження інформації є процесом двосторонньої комунікації з різними цільовими аудиторіями. Для початку потрібно дізнатися, як аудиторія сприймає надані матеріали, чи є вони переконливими, чи містять відповіді на запитання, які її цікавлять. Отримавши відповіді на ці запитання, варто або провести їхнє корегування, або повернутися на попередні етапи підготовки роздаткових інформаційних матеріалів, щоб зібрати необхідну інформацію.

Краще всього механізм зворотного зв'язку працює у процесі безпосереднього спілкування з аудиторією під час проведення тренінгів, міні-лекцій. Якщо слухачі після ознайомлення з матеріалами і далі уточнюють деякі дані, ставлять запитання по суті наданої інформації, уточнюють терміни, то їх потрібно скоригувати або переробити. Механізм зворотного зв'язку є ефективним, коли після розповсюдження матеріалів, що містять заклик приєднатися у боротьбі зі стигматизацією сімей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД, до організатора починають звертатися люди, які підтримують зусилля і долучаються до запропонованих програм або просто хочуть дізнатися про підняту проблему більше.

#### 4.4. Диспут «Мій канал кращий і доцільніший»

**Метод:** творча робота у малих групах, відпрацювання навичок, презентація, обговорення, оцінка.

**Матеріали:** фліпчарти, маркери, папір А 2.

**Завдання:** тренер пропонує учасникам об'єднатися у 3 групи. Представник від кожної групи обирає картку, де записано канал поширення інформації. Потрібно довести його ефективність для досягнення успіху усієї кампанії, використовуючи прийоми диспуту (варіанти: рольова гра, круглий стіл).

**Робота в підгрупах:** 20 хв.

**Презентація, обговорення:** 30 хв.

**Інформація для тренера.** Тренер, опираючись на презентацію, подає новий матеріал стосовно рекомендацій створення інформаційних матеріалів.

## Інформаційні матеріали для презентації

**1. Міжособистісне спілкування**, під час якого представникам цільових груп надаються роздаткові інформаційні матеріали. Таке спілкування можливо при проведенні зустрічей/семінарів, тренінгів, індивідуальних та групових консультацій з працівниками навчальних закладів, ЗМІ, закладів охорони здоров'я, соціальними працівниками. Проведення масових акцій (концертів, зустрічей з відомими особами тощо) теж супроводжується розповсюдженням інформаційних матеріалів.

Головними перевагами використання міжособистісного спілкування, як каналу поширення інформації є залучення цільової групи до безпосереднього обговорення проблеми; до проведення оперативного аналізу з боку організаторів щодо сприйняття наданої інформації; можливість не тільки надавати детальну інформацію, а й пояснювати її.

Використання цього каналу розповсюдження інформації має ряд недоліків: його застосування потребує багато часу, доводиться спеціально готувати волонтерів та приділяти особливу увагу змістовному наповненню поширюваних матеріалів.

**2. Графічні та аудіовізуальні засоби:** листівки, буклети, брошури, плакати, постери, наліпки, демонстрація відеоматеріалів тощо.

Головними перевагами цього каналу інформації є те, що вони, в першу чергу, візуально, привертають увагу цільової аудиторії, є простими у користуванні, лаконічними.

Проте, вони часто створюються без врахування результатів детального аналізу цільової групи (без врахування, таких характеристик цільової групи, як розуміння проблеми, рівень освіти, ціннісні орієнтації тощо).

Як правило, вони створюються для аудиторії з класифікацією тільки за однією із можливих характеристик: фах (медичні працівники, працівники навчальних закладів тощо) або вік (підлітки, батьки дітей чи підлітків тощо).

**3. Засоби масової інформації.** ЗМІ (преса, телеканали, радіоефіри тощо) завжди мають довіру громадськості, надто людей середнього та похилого віку.

Вибір конкретного засобу масової інформації, як каналу розповсюдження інформації, залежить від наступних характеристик: розміру її аудиторії (тиражу друкованого засобу масової інформації, розміру глядацької аудиторії); якісного складу аудиторії (професійна чи масова аудиторія, яка вона за соціальним статусом), рівня зацікавленості проблематикою тощо; рівня довіри з боку цільових груп до засобів масової інформації; графіку виходу друкованого засобу масової інформації або графіку трансляції теле-, радіопрограми (щоденні, щотижневі або щомісячні, та час виходу — для теле-, радіопрограм: ранкова, вечірня).

*Перевага:* масовість, великий загальний охоплення.

## 4.5. Види інформаційних матеріалів та технології їхньої розробки

**Метод:** мозковий штурм, запитання, міні-лекція, групове обговорення.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові фломастери, папір А 4, А 2, стікери.

**Завдання:** тренер пропонує учасникам тренінгу назвати усі знайомі види інформаційних матеріалів. Добровольць, з числа учасників тренінгу, записує перелік на аркуші А1, який закріплений на фліпчарті.

Потім тренер пропонує усім, хто мав досвід у розробці інформаційних матеріалів, прикріпити стікери біля того виду інформаційного матеріалу, який вони вважають ефективним, та прокоментувати свою думку.

**Інформація для тренера.** Тренер, опираючись на презентацію, подає матеріал стосовно видів інформаційних матеріалів та звертає увагу групи на те, що для того, аби визначити, який вид інформаційного матеріалу слід вибрати для використання на час інформаційно-просвітницької кампанії, варто звернути увагу на такі параметри: мету розробки та поширення матеріалів; цільова група, обсяг інформації та фінансові можливості організаторів.

### Інформаційні матеріали для презентації

#### Види інформаційних матеріалів та технології їхньої розробки.

**Листівки.** В них подається невелика за обсягом інформація, аби привернути увагу цільової аудиторії до проблеми та надати стислу інформацію (шляхи передачі ВІЛ/СНІД; шляхи, якими ВІЛ-інфекція не передається тощо).

До розробки листівок, якщо вони розраховані на дітей та підлітків, можна підключити волонтерів із числа підлітків. Переваги листівок, як роздаткового матеріалу, полягають у тому, що вони мають невеликий розмір, низьку вартість виготовлення, в них можна оперативно розміщувати інформацію потрібну цільовій аудиторії.

Головним недоліком цього виду матеріалів є незначний обсяг інформації, який можна вмістити.

**Брошури** містять достатньо великий обсяг матеріалів і готуються для тих, кому необхідна детальна інформація: вчителів, працівників міліції, органів охорони здоров'я тощо.

Головними перевагами цього типу матеріалів є вужча спрямованість, детальна інформація, можливість розміщення ілюстрацій. Якісно підготовлена брошура (зміст, вигляд) може довго зберігатися як довідковий матеріал. Її можна застосовувати як для постійного користування, так й для поширення серед колег.

Розробка та виготовлення брошури потребує значних фінансових та людських ресурсів, багато часу на підготовку та коштів на видавництво. До того ж, велика кількість інформації може ускладнити її сприйняття.

Саме тому брошури краще готувати для фахівців, що працюють із сім'ями, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД.

**Буклети** відносять до однієї із найпопулярніших форм інформаційних матеріалів. В буклетах можна розмістити достатній обсяг інформації, вони мають низьку собівартість. Водночас інформація, надана в буклеті, може мати вузьку спрямованість, що потрібно враховувати при проектуванні інформаційних матеріалів.

**Плакати** використовуються для привернення уваги, актуалізації проблеми, інформування про соціальні послуги або для пропагування соціально-значимої ідеї.

За головні переваги плакатів правлять їхня наочність, доступність, лаконічність, легко запам'ятати сюжет чи основні вислови.

Основними недоліками є обмеженість інформації, яку можна подати, та можливість розміщення плакатів тільки у закладах (навчальних, медичних, державних установах тощо) або на зовнішніх носіях.

**Постери, наліпки, календарі, поштові листівки тощо.** Ці форми інформаційних матеріалів можна використовувати як додаткові до інших видів інформаційних матеріалів для роботи серед дітей та підлітків, місцевої громади.

Вони, як правило, мають яскравий вигляд і подобаються не тільки дітям, але й дорослим. Їх можна використовувати у вигляді закладок у підручниках, зошитах, наклеювати на портфель чи стінку в кімнаті тощо.

Основні недоліки: виготовлення цих матеріалів має високу вартість, вони мало інформативні, адже важливою умовою при розробці є зображення яскравої картини чи інших символів, зрозумілих для користувачів.

## 4.6. Вправа «Митець»

**Метод:** творча робота у малих групах, відпрацювання навичок взаємодії, презентація, обговорення в групі, оцінка.

**Матеріали:** підготовлені картки з назвою виду інформаційних матеріалів, маркери, ножиці, журнали, папір А 2 та кольоровий папір, клей тощо.

**Інформація для тренера.** Отримати зворотний зв'язок учасників про етапи створення інформаційних матеріалів щодо проблем ВІЛ/СНІД; відпрацювання отриманих навичок.

**Завдання:** тренер пропонує учасникам об'єднатися у 3 групи. Представник від кожної групи має обрати картку, де вказано один із опрацьованих видів інформаційних матеріалів. Потрібно розробити даний вид інформаційних матеріалів та розповісти про технологію його розробки.

**Робота в підгрупах:** 30 хв.

**Презентація:** 15 хв.

**Загальне обговорення:** 15 хв.

**Інформація для тренера.** Якщо під час презентації учасники не згадають деякі важливі етапи підготовки матеріалів, то тренер нагадає про них. Всі розроблені матеріали вивішуються у приміщенні, де проходить тренінг.

### Інформаційні матеріали для презентації

#### Рекомендації щодо підготовки роздаткових інформаційних матеріалів:

- зрозумілість матеріалів для цільової аудиторії;
- текст повинен складатися із коротких речень і параграфів, мати заголовки;
- підзаголовки і слова, виділені жирним шрифтом або курсивом;
- текст повинен містити ілюстрації, пояснення і приклади;
- не варто розміщувати текст на фоні ілюстрації — це значно ускладнює читання тексту;
- необхідно обирати шрифт, який легко читається; розмір шрифту повинен бути лаконічним (рекомендується вміщувати до 40 літер на кожен рядок тексту);
- дизайн інформаційних матеріалів має бути якісним (кольорова гама, папір, друк тощо), тому що неякісні інформаційні матеріали люди швидше за все викидають, так і не прочитавши їх;
- головні ідеї (ключове повідомлення) подаються декілька разів і обов'язково — в кінці всього тексту;
- текст повинен містити джерела інформації, що посилює довіру до наданого матеріалу;
- у тексті завжди необхідно підкріпляти висловлену точку зору аргументами та обов'язково давати рекомендації;
- роздаткові матеріали мають бути яскравими та приємними на вигляд, мати якісну графіку; для відеоінформації — трансляція дії, освітлення; для радіоматеріалів — звукові ефекти;
- кольорова гама впливає на настрій і сприйняття роздаткових матеріалів.



**Під час апробації оцінюється:**

- рівень доступності та запам'ятовування інформації;
- рівень сприйняття (візуального та емоційного) і зручність при користуванні інформаційним матеріалом;
- чи містить матеріал достатньо аргументів для цільових груп, аби змінити негативну поведінку.

Апробацію використовують на всіх етапах підготовки матеріалу: починаючи від розробки ідеї до її інформаційного наповнення та дизайну.

**4.7. Створення колажу «Доступно про ВІЛ/СНІД»**

**Метод:** творча робота у малих групах, відпрацювання навичок, презентація, обговорення в групі, оцінка.

**Матеріали:** фліпчарти, маркери, ножиці, журнали, папір А 2 та кольоровий папір.

**Інформація для тренера.** Отримати зворотний зв'язок учасників про етапи створення інформаційних матеріалів щодо проблем ВІЛ/СНІД шляхом участі в створенні колажу; відпрацювання отриманих навичок.

**Завдання для учасників:** учасники об'єднуються у три підгрупи, домовляються про тему, яку будуть висвітлювати у роботі над колажем та презентують роботу, пояснюючи чому вони обрали свою тему, цільову групу, слогани та послання, прийоми донесення.

**Робота в підгрупах:** 30 хв.

**Презентація:** 10 хв.

**Загальне обговорення:** 20 хв.

**Інформація для тренера.** Тренер просить уважно роздивитися розроблені матеріали, дати їм оцінку з точки зору ефективності впливу інформаційних матеріалів на цільові групи. Звертає увагу, що оцінка передбачає ряд критеріїв ефективності, за якими можна визначити ступінь реалізації запланованої мети, завдань тощо.

**4.8. Підведення підсумків**

Тренер просить усіх учасників, по колу, виказати свою думку щодо отриманих знань протягом дня, відзначити дії, які запам'яталися найбільше.

По закінченні обговорення тренер робить анонс на наступний, завершальний день тренінгу.

## П'ятий день

### Тема 5. Особливості інформаційно-просвітницьких кампаній з питань формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулася проблема ВІЛ/СНІД (продовження)

#### Задачі тренера:

- Закріпити отримані знання, вміння та навички:
  - обґрунтовувати роль інформації для роботи;
  - визначати партнерів, розказати яким чином можна залучати ресурси та працювати з громадою, ЗМІ;
  - як можна визначати ефективність проведених профілактичних заходів;
  - сформулювати розуміння важливості проведення інформаційно-профілактичних програм, заходів (елементи ефективності: планування, реалізація, оцінка).

#### 5.1. Привітання учасників. Представлення назви тренінгу, мети, завдань

#### 5.2. Інформаційно-профілактичні програми та заходи

**Метод:** запитання, бесіда, групове обговорення, міні-лекція.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові фломастери, папір А 1.

**Завдання:** тренер пропонує учасникам за допомогою мозкового штурму дати відповіді на запитання: а) інформаційно-профілактичні програми — це..., б) інформаційно-профілактичні програми — це не ....

Відповіді записує на фліпчарт.

#### Зразок для оформлення аркуша А1

Інформаційно-профілактичні програми — це...	Інформаційно-профілактичні програми — це не...

По закінченні вправи тренер підводить підсумки та акцентує увагу учасників на основних підходах до проведення інформаційно-просвітницьких кампаній, пов'язаних з проблематикою дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД.



### 5.3. Складання переліку заходів, акцій, дій, що входять до інформаційно-профілактичної програми з толерантності, включаючи інформаційну кампанію

**Метод:** завдання, групове обговорення, бесіда, міні-лекція, запитання.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові фломастери, папір А 4, таблиця планування заходів та оцінки заходів.

**Таблиця**

Заходи	Спосіб реалізації	Хто відповідальний	Терміни виконання	Необхідні ресурси	Результати

**Завдання:** тренер пропонує учасникам об'єднатися у 4 підгрупи, обрати власну тему (або підготовлену тренером) і підготувати презентацію відповідно до таблиці, а також перелік заходів, пояснивши, яким чином відбувалося їх планування.

**Робота в підгрупах:** 25–30 хв.

**Презентація:** 30 хв.

**Загальне обговорення:** 20 хв.

**Інформація для тренера.** Тренер підводить підсумки і пропонує розглянути заповнену кожною групою таблицю планування заходів, надаючи власні коментарі та доповнення.

#### Інформація для роботи

##### Перелік заходів, акцій, дій, що можуть входити до інформаційно-профілактичної програми з толерантності, включаючи інформаційну кампанію

Серед заходів можуть бути: громадські форуми, фестивалі, круглі столи, прес-конференції, диспути, концерти, конкурси, ігри, акції, навчання (лекції, семінари, тренінги), флеш-моби, інтернет-форуми, аукціони, зустрічі з відомими людьми, консультування, розробка соціальної реклами тощо.

Головне, щоб дії співвідносилися із завданнями і відповідали на ключові запитання при організації інформаційно-просвітницької кампанії:

- **Що** робити (завдання)?
- **Як** (спосіб здійснення)?
- **Хто** відповідає (розподіл обов'язків)?
- **Коли** має бути виконано (терміни)?
- **Скільки** (чи достатнє матеріальне забезпечення/ресурси)?
- **Для чого** (що ми хочемо отримати на виході)?

#### Запитання до групи:

- Як, на вашу думку, повинна відбуватися оцінка проведених заходів?
- Які можуть бути критерії оцінки ефективності?

Відповіді учасників можуть носити індивідуальний або груповий характер (тренер самостійно обирає прийнятну форму роботи). Після отримання відповідей тренер має підвести підсумок та надати презентацію з даної тематики, як закріплення отриманої інформації

### **Інформаційні матеріали для презентації**

Оцінка передбачає розробку критеріїв ефективності, ключових показників, за якими можна визначити ступінь реалізації запланованої мети, завдань.

При цьому індикатори оцінки мають бути дуже конкретними та вимірюваними.

При оцінці ресурсів найважливішим моментом є оцінка людських ресурсів. Наявність спеціалістів та волонтерів, які розуміються на роботі:

- планово-організаційний (розробка детального плану, аналіз ресурсного забезпечення, складання бюджету та кошторису кампанії, контроль за її виконанням; організаційний супровід заходів;
- науково-дослідний (аналіз ситуації в населеному пункті, збір інформації про проблеми, сегментація аудиторії, виділення її основних характеристик);
- інформаційно-методичний (розробка текстів ключових повідомлень, написання пам'яток та інструкцій для організаторів і виконавців).

### **Критерії оцінки завдань:**

- Конкретність (чи поставлене завдання достатньо зрозуміле та чи відповідає на ключові запитання: як, що, де і коли).
- Кількісна оцінка.
- Територіальна, географічна визначеність (специфіка громади або категорій населення).
- Реалістичність (зміни, визначені у меті).
- Визначеність у часі.
- Комплексність, системність, цілісність.

## **5.4. Вправа «Домалюй диво тварину»**

**Метод:** релаксація, творча робота, презентація.

**Матеріали:** кольорові фломастери, олівці, папір формату А 2.

**Завдання:** тренер пропонує учасникам об'єднатися у групи по 3 особи, згорнути гармошкою аркуш паперу із трьох частин. Перший учасник малює голову тварини (інші два учасники не мають знати, що він малює, тобто не підглядають) та передає наступному, закривши свою частину аркуша чистою стороною, другий малює на своїй частині аркуша тулуб та хвіст, закриває її та передає листок третьому учаснику, який малює лапи. Після цього листок потрібно розгорнути та об'єднати всі три частинки, аби вийшов один малюнок, і презентувати його, попередньо давши диво тварині ім'я.

**Інформація для тренера.** Творча робота зніме напругу, додасть наснаги, покращить настрій, розвине почуття гумору (можливий інший варіант проведення розваги).

## Як варіант: Вправа «Допиши речення»

**Метод:** робота в підгрупах, творча робота, презентація.

**Матеріали:** підготовлені аркуші формату А4 з реченнями, маркери, фліпчарт, кольорові фломастери.

**Завдання:** учасники об'єднуються у дві підгрупи та сідають один напроти одного. Перша група (кожен учасник) пише початок речення та передає другій групі (партнеру навпроти), аби ті закінчили незакінчені речення. Далі відбувається презентація. Тренер може запропонувати групам свій варіант незакінчених речень. Речення можуть бути у вигляді повідомлень, гасел, лозунгів тощо.

**Робота в підгрупах:** 2 рази по 10 хв.

**Презентація:** 20 хв.

**Загальне обговорення:** 10 хв.

**Інформація для тренера.** Будь-яка ідея (повідомлення) має бути сформульована таким чином, щоб її зрозуміли люди, яким вона адресована.

## 5.5. Розробка міні-тренінгу «Роль інформаційно-просвітницьких матеріалів з формування толерантного ставлення до дітей, яких торкнулась проблема ВІЛ/СНІД»

**Метод:** робота в підгрупах, презентація, групове обговорення.

**Матеріали:** фліпчарти, маркери, папір формату А 2, А 4.

**Завдання:** надати інструкцію стосовно використання вже отриманих знань та скласти план міні-тренінгу для волонтерів щодо ролі інформаційних матеріалів у процесі проведення інформаційно-просвітницької кампанії з толерантності (обрати цільову аудиторію).

Тренер об'єднує учасників у три підгрупи.

**Робота в підгрупах:** 30 хв.

**Презентація:** кожній підгрупі по 10 хв.

**Загальне обговорення:** 20 хв.

**Інформація для тренера.** Головне, щоб у тренінгу були висвітлені усі етапи роботи з підготовки інформаційно-просвітницьких матеріалів.

**Висновок:** для проведення кампаній розробляються відповідні програми заходів з врахуванням різних форм і методів роботи. Важливою складовою цієї діяльності є підготовка інформаційно-просвітницьких матеріалів та співпраця зі ЗМІ.

У процесі проведення кампаній необхідно:

- дотримуватися певного алгоритму дій (етапів роботи);
- опиратися на існуючі моделі ІПК (планування — реалізація — оцінювання/дослідження — активність — комунікації — оцінка);
- відповісти на запитання:

1. Чого ми хочемо досягти (результати)?
2. Як це зробити (методи)?
3. Які для цього потрібні ресурси (фінансові, матеріальні, людські тощо)?

## 5.6. Визначення каналів комунікації

**Метод:** мозковий штурм.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, папір А 4.

**Завдання:** тренер повідомляє, що для інформаційно-просвітницької кампанії важливо визначити канали комунікації, за допомогою яких буде доноситися інформація, повідомлення тощо. Просить назвати їх та записати на фліпчарті.

### Інформація для роботи

#### Можливі канали комунікації:

- Телебачення/радіо
- Брошури та листівки
- Преса (газети, журнали)
- Події: «круглі столи», публічні слухання, семінари, конференції тощо
- Реклама в журналах, на телебаченні, радіо
- Плакати, рекламні щити
- Листи, звернення
- Пряма розсилка
- Іміджева та рекламна продукція (значки, майки, ручки, чашки, наклейки) тощо
- Телефонний маркетинг (опитування телефоном, продаж по телефону)
- Агітація, візити «від дверей до дверей»
- Особисті контакти, персональне розповсюдження

## 5.7. Розкрити поняття «волонтер»

**Метод:** запитання, бесіда, групове обговорення, міні-лекція.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові фломастери, папір А 4.

**Завдання 1:** тренер пропонує учасникам за допомогою мозкового штурму дати визначення таким поняттям, як «волонтер», «волонтерська діяльність», «волонтерська допомога».

### Матеріали для міні-лекції

Визначення вищезазначених понять із Закону України «Про волонтерську діяльність» № 3236-VI від 19.04.2011 р.

**Завдання 2:** тренер пропонує учасникам за допомогою мозкового штурму назвати принципи волонтерської діяльності та записати їх на фліпчарті.

### Матеріали для міні-лекції

Волонтерська діяльність може ґрунтуватися на таких принципах:

законність, гуманність, добровільність, безкорисливість, безоплатність, неприбутковість, спільність інтересів, рівність прав.

**Завдання 3:** тренер пропонує учасникам за допомогою мозкового штурму обговорити особливості роботи з волонтерами та записати їх на фліпчарті.

### Матеріали для міні-лекції

**Організація Школи волонтерів** сприяє підвищенню мотивації до волонтерської діяльності, володінню основними знаннями та вміннями, необхідними для здійснення волонтерської роботи, а також розвитку соціальної активності, навичок усвідомленого та активного вибудовування власного життя.

Головною метою діяльності Школи волонтерів є популяризація здорового способу життя серед молоді, запобігання захворюванням, що передаються статевим шляхом серед дітей та молоді, популяризація Конвенції ООН про права дитини та інше.

Основним завданням Школи волонтерів є забезпечення теоретичної та практичної підготовки волонтерів до реалізації соціальних програм.

Відповідно до покладених на неї завдань Школа волонтерів:

- 1) надає волонтерам знання з психолого-педагогічних, правових, соціально-медичних питань, необхідних для реалізації соціальних програм;
- 2) сприяє професійному зростанню та набуттю практичного досвіду волонтерів;
- 3) сприяє розвитку лідерських якостей, творчих здібностей, самовираженню та становленню волонтерів як активних членів суспільства;
- 4) розробляє та запроваджує навчально-тематичні плани та програми підготовки волонтерів.

### Організація молодіжної участі.

Плануючи реалізацію проектів, заходів доцільно визначити, де будуть корисні волонтери.

Залучаючи до роботи волонтера, потрібно врахувати його інтереси, бажання, можливості.

Не варто набирати волонтерів заради волонтерів, а тільки у разі потреби.

Чітко формулювати обов'язки і відповідальність самого волонтера, вимоги до нього.

Враховувати думку волонтера при вирішенні різних питань.

Ключовий метод залучення громадян до волонтерства — це залучення їх до місії організації. Місія — це значення проблем, які вирішує організація, її цінностей та конкретних завдань, котрі стимулюють діяльність членів організації. Мотивацією для волонтерської діяльності може бути контакт з іншими людьми та подолання відчуття самотності.

**Висновки:** сьогодні волонтерство залишається у суспільстві порівняно новою ідеєю, яка сприймається у більшості випадків досить пасивно з боку суспільства.

## 5.8. Підсумки роботи

**Метод:** запитання, бесіда, групове обговорення.

**Матеріали:** маркери, фліпчарт, кольорові фломастери, папір А 4.

**Завдання:** тренер нагадує про те, щоб учасники скористалися таблицею і заповнили її, даючи собі оцінку як спеціалісту з організації інформаційно-профілактичної кампанії (варіант: заповнити з точки зору аналізу наявних знань про проведення і організацію інформаційно-профілактичної кампанії).

<b>Сильні сторони</b> (перерахувати наявні ресурси)	<b>Слабкі сторони</b> (перерахувати ресурси, які необхідні)
<b>Можливості</b> (Що потрібно зробити?)	<b>Загрози</b> (Ризики, що загрожують?)

**Інформація для тренера.** Тренер пропонує кожному учаснику порівняти здобуті в процесі навчання досягнення на підставі аналізу даних таблиць та зазначити найменш та найбільш корисну інформацію.

Тренер повертається до очікування учасників, аналізує їх та підводить загальні підсумки.

Учасники заповнюють вихідну анкету.

