



Коммуникация

Хорхе Карридо



European
AIDS Treatment
Group



**Training
Academy**

STEP-UP: Skills Training to Empower Patients

Содержание сессии

A. Выглядеть и говорить лучше

1) Зачем?

2) Принципы социальной коммуникации

3) Как улучшить коммуникацию?

B. Коммуникация 2.0 и ВИЧ

C. Стигма и коммуникация

**D. Развитие коммуникационных навыков:
ролевая игра – представление проекта**





**А.
Выглядеть
и говорить
лучше**



«Если нанять человека только по причине того, что он способен выполнить эту работу, то он будет работать из-за денег. Но если вы наймете человека, который верит в то, во что верите вы, он будет работать на вас с кровью, потом и слезами».

Саймон Синек



1. Почему важно улучшать коммуникацию?

- Чтобы добиваться поставленных целей, работая с сообществом
- Чтобы стать более сильным инструментом/ресурсом
- Чтобы усилить собственную структуру / программу
- Чтобы лучше координировать свои действия
- Чтобы лучше понимать свою аудиторию
- Чтобы оценивать и планировать свои действия
- Чтобы быть узнаваемым/узнаваемой в сообществе
- Чтобы диктовать свою повестку дня наряду с ключевыми игроками
- ЧТОБЫ РАСТИ...



1. Почему важно улучшать коммуникацию



ОТПРАВИТЕЛЬ



ПОСЛАНИЕ



ПОЛУЧАТЕЛЬ

Каждый раз думайте о том, **кто отправитель, каково послание, и кто получатель.** И спросите себя, **ДЛЯ ЧЕГО** происходит коммуникация.

2. Принципы социальной коммуникации

- Следите за тем, чтобы вы были последовательны в ваших **посланиях**
- Для коммуникации нужно выбрать **правильного человека / аудиторию**
- **Различный** (культурный) **фон**: думайте о позитивных аспектах людей и старайтесь их использовать.
- Старайтесь ставить себя на место других (**эмпатия**)
- **Доверие** – основа любых взаимоотношений
- **Не так важно быть правым**
- Станьте **внимательным слушателем**
- Уделяйте внимание **невербальным сигналам / тренды 2.0**
- **Утверждайте себя**



3. Как улучшить коммуникацию?

Самый действенный способ заинтересовать человека – рассказать историю.

Но:

- История может запутать
- Ее может быть сложно объяснить
- История может быть неполной или непоследовательной...

Итак, нам нужно рассказать о нашей организации или проекте в форме истории...

КАК?



3. Как улучшить коммуникацию?

МОДЕЛЬ «ПОЧЕМУ, КАК И ЧТО»

ЗОЛОТОЕ КОЛЬЦО Саймона Синека

«Все люди и организации на планете знают, ЧТО они делают. Некоторые знают, КАК они это делают... но очень немногие знают, ПОЧЕМУ они это делают.»

Лидеры, которые всех нас вдохновляют, думают, действуют и коммуницируют одним и тем же образом, совершенно по-другому, чем все остальные. Теми, кто вдохновляет, движет не то, что они делают, а то, почему они это делают.

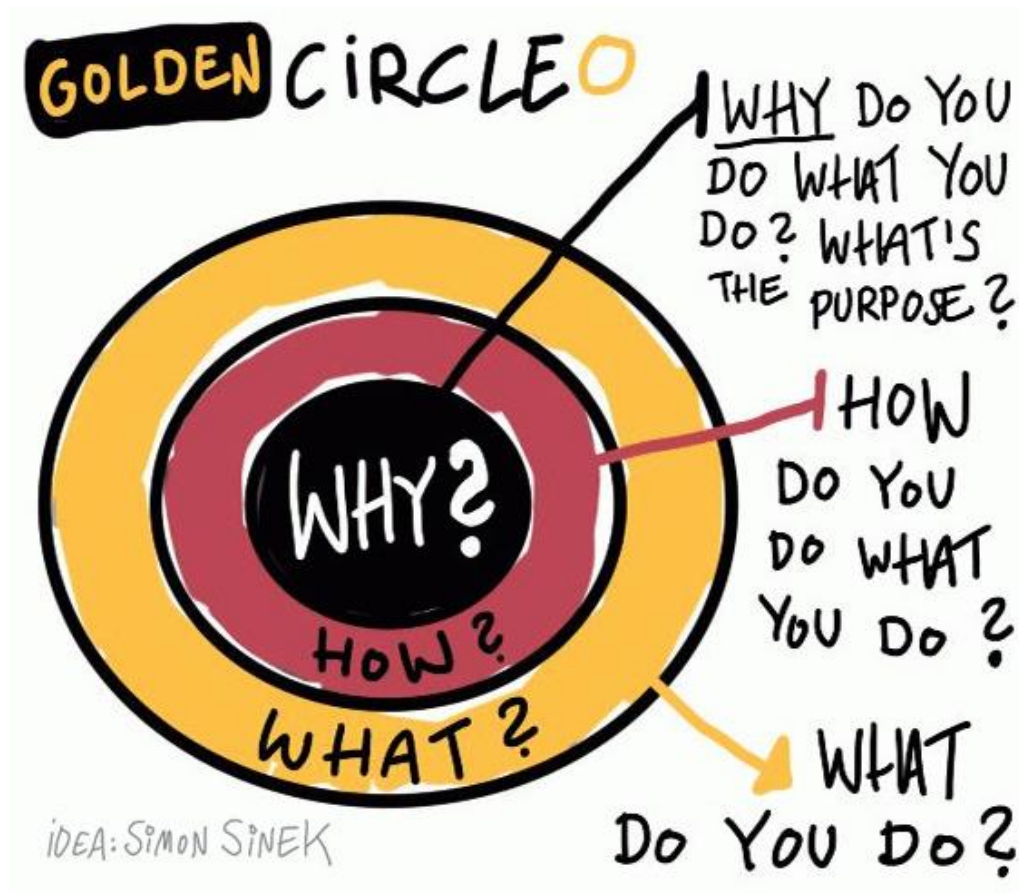
Способность вдохновлять начинается с ответа на вопрос «почему».



3. Как улучшить коммуникацию?

МОДЕЛЬ «ПОЧЕМУ, КАК И ЧТО»

ЗОЛОТОЕ КОЛЬЦО Саймона Синека



ПОЧЕМУ

Какова причина? Во что вы верите?

Apple: мы верим в изменение status quo и в то, что вещи можно делать по-другому

КАК

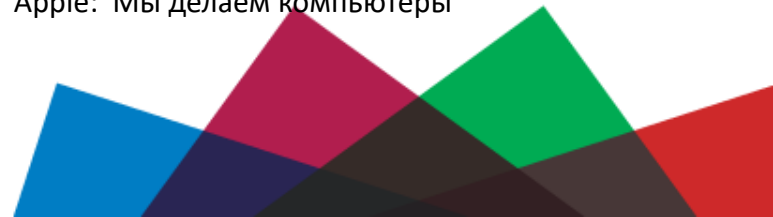
Конкретные действия, предпринятые, чтобы реализовать «почему»

Apple: наши продукты имеют прекрасный дизайн, и ими легко пользоваться.

ЧТО

Что вы делаете? Результат «почему». Подтверждение

Apple: Мы делаем компьютеры



Итак, чтобы выглядеть и говорить лучше...

- Позаботьтесь об отправителе: кто и как
- Будьте уверены в вашем послании
- Знайте свою аудиторию
- И начните с ПОЧЕМУ, а затем с ДОВЕРИЯ

И тогда вы можете рассказывать другие истории, помимо ПОЧЕМУ.

«Истории были основной коммуникации людей до того, как была изобретена наука», Аннет Симмонс

Ваша организация может рассказать историю о своей работе. Или ваш проект может рассказать о вас и о вашей цели. **Сделайте из этого план!**



Итак, чтобы выглядеть и говорить лучше...

Цели и задачи коммуникации

Определите вашу аудиторию

Найдите ваше послание

Определите материалы и мероприятия

Реализуйте ваш план коммуникации

Оценивайте и корректируйте ваш план

Мой
план





В. Коммуникация 2.0 и ВИЧ

Веб 2.0 и ВИЧ

«Потенциал социальных медиа и мобильных технологий для того, чтобы вдохнуть новую жизнь в движение против СПИДа, очевиден. Нам нужна самая настоящая революция в сфере профилактики ВИЧ, в основе которой будут находиться социальные медиа и мобильные технологии».

Мишель Сидибе



Веб 2.0 и ВИЧ



- Новые способы коммуникации
- Открытое участие: укрепление потенциала пациентов
- Новые вызовы
- Улучшение ресурсов
- Вовлечение сообщества

Это не вопрос только лишь нового инструмента. Мы говорим о новом способе коммуникации, о другом отношении.

Веб 2.0 и ВИЧ



**ПОВЫШЕНИЕ
ОСВЕДОМЛЕННОСТИ**



ПРОФИЛАКТИКА



ПОДДЕРЖКА



**ПРОДВИЖЕНИЕ ЗДОРОВЬЯ И
ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ**



С. Стигма и коммуникация

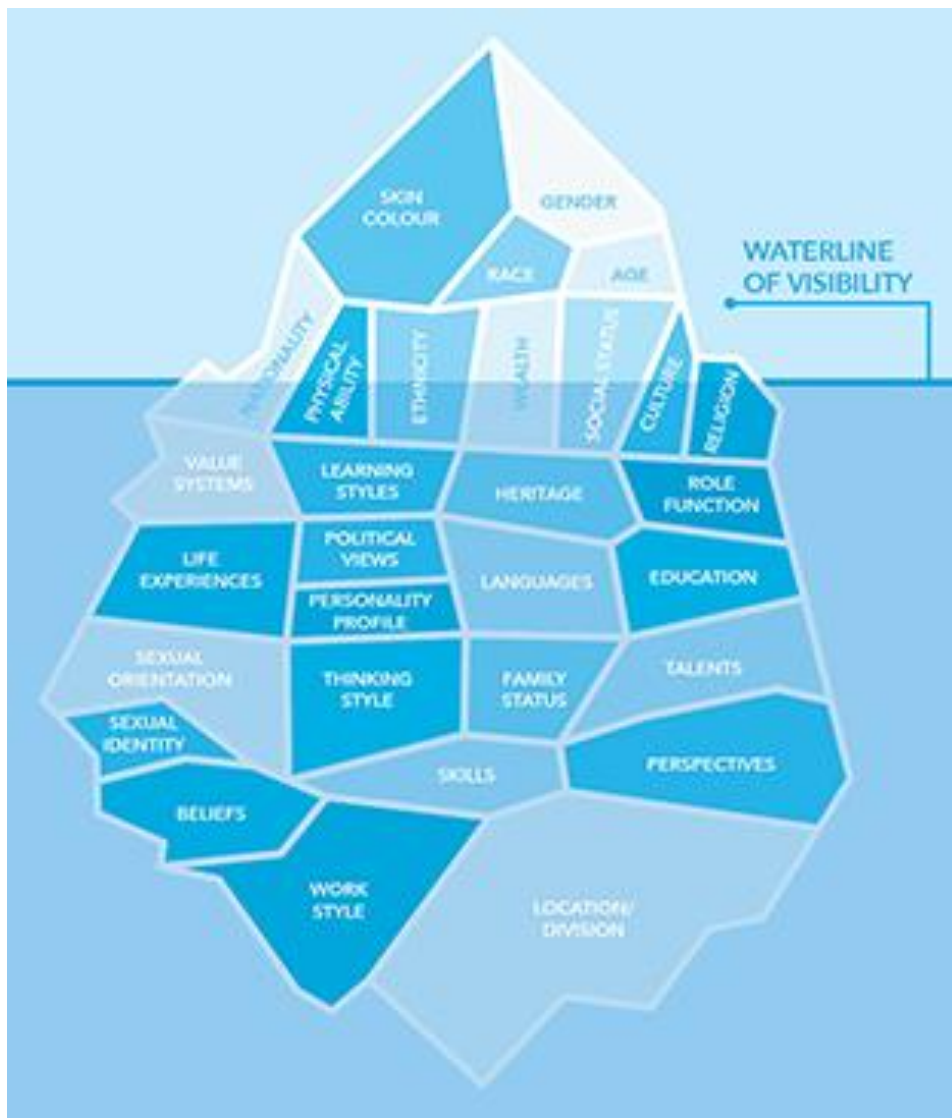




*Страх стигмы ведет к
молчанию, а когда речь идет
о борьбе со СПИДом,
молчание – смерть*

Кофи Аннан





Ярлыки – не ложь, но они не единственная правда.

Мы – это «айсберг разнообразия».

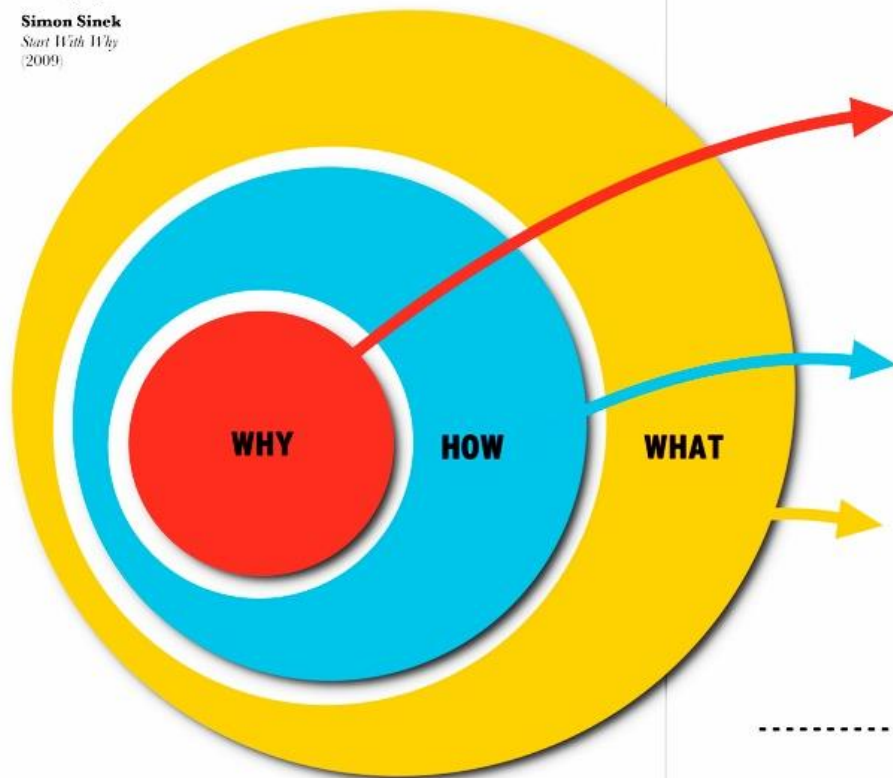


Глобализация помогает нам лучше понять и принять разнообразие и избегать предрассудков, вызванных тем, что мы видим на поверхности

THE GOLDEN CIRCLE

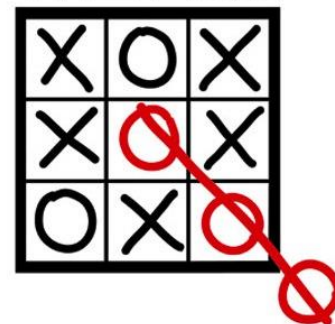
"Those who inspire are not driven with what they do, they are driven with why they do it."

Simon Sinek
Start With Why
(2009)

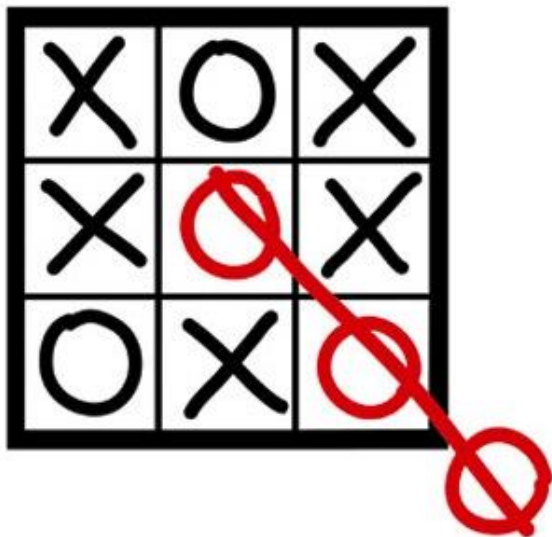


Почему до сих пор
при коммуникации
мы исходим из
ярлыков и стигмы?

**THINK
OUTSIDE
THE BOX**



THINK OUTSIDE THE BOX



- Ассоциативное и креативное мышление
- Обращайте внимание на то, что делают другие
- Создавайте новые сети
- Используйте **РАЗНООБРАЗИЕ** и интерсекциональность, связанную с ним, как возможность строить коммуникацию иным способом.

- **НАЧНИТЕ с ПОЧЕМУ**
- Создайте свою историю
- Используйте ваше разнообразие позитивным образом
- И разработайте коммуникационный план для вашего проекта, организации или кампании, используя нестереотипные подходы



D. Развивайте ваши коммуникационные навыки

- Следите за языком тела
- Старайтесь избавиться от слов-паразитов
- Имейте сценарий на случай «светских разговоров» и на иные случаи
- Рассказывайте историю
- Подстраивайте послание под аудиторию
- Будьте краткими, но конкретными
- Используйте эмпатию
- СЛУШАЙТЕ, ПО-НАСТОЯЩЕМУ **СЛУШАЙТЕ**



Навыки слушания

«Хорошее» слушание:

- Открытый язык тела
- Отклик
- Адекватный зрительный контакт
- Ответы, показывающие неподдельную заинтересованность, вербальные и невербальные
- Вопросы для получения дополнительной информации
- Вопросы для прояснения
- Открытые вопросы
- Тишина допустима (не вступайте сразу, если люди прекратили говорить)
- Важен темп аудитории, отклонения допустимы
- Не перебивая

«Плохое» слушание

- Перебивание
- Отсутствие зрительного контакта
- Завершение предложения за говорящего
- Слушание исходя из сделанных предположений
- Отсутствие интереса
- Без учета сложной среды

«Речь в лифте»

Речь в лифте – это краткая убеждающая речь, которая используется для того, чтобы пробудить интерес к деятельности вашей организации. Вы можете использовать ее для того, чтобы привлечь внимание к проекту, идее или продукту – или к вам самим.

Чтобы написать хорошую «речь в лифте», проделайте следующие шаги:

- Определите **цель и задачи** речи.
- Объясните, **что вы делаете**: что делает ваша организация
- Объясните, в чем заключается ваше **УТП**: уникальное торговое предложение. Объясните, что делает ваше предложение уникальным.
- Заинтересуйте **вопросом**: подумайте о том, каким вопросом заинтересовать ту или иную аудиторию.
- **Обобщите**: вся речь не должна занимать более 2-х минут.
- **Тренируйтесь**.



Материалы для чтения

Пособие для коммуникации для НКО:

https://www.msh.org/sites/msh.org/files/ngo_communications_guide_final_version_may_15_2013_0.pdf

Говорить и выглядеть хорошо: <http://www.cisv.org/resources/running-your-na-chapter/profile-raising/looking-good/>

Начните с Почему!: <https://www.startwithwhy.com>

Коммуникационный план для НКО: <https://www.fundsforngos.org/civil-society-2/how-to-create-a-communications-plan-for-your-ngo-2/>

Пособие по презентации проекта: [http://www.elin-net.eu/fileadmin/ELINET/Redaktion/Awareness_raising/Guideline Elevator Pitch.pdf](http://www.elin-net.eu/fileadmin/ELINET/Redaktion/Awareness_raising/Guideline_Elevator_Pitch.pdf)