

Технология создания своего сообщества – часть 2

Опираемся мы на опыт Карен Олсен, известного эксперта в данной теме.

В предыдущей части мы подробно прошли по трем из пяти элементов сообщества. Мы говорили об:

- общей истории,
- общих взаимных обязательствах,
- общей структуре.

Переходим к **следующему элементу – общей стратегии.**

За время своей работы в некоммерческом секторе мне повезло быть знакомой или сотрудничать со многими сообществами – как территориальными, то есть местными. Так и с идейными, то есть объединенными каким-то общим интересом. И скажу честно, то, что отличало успешные сообщества и даже вызывало желание к ним присоединиться – это понятная стратегия. Если честно, то главная причина, почему многие сообщества не были созданы или распались – это как раз отсутствие стратегии. Большой и долгосрочной цели, к которой хочется идти, которая драйвит, мотивирует.



Помните старую притчу про двух каменщиков? Путник увидел двух каменщиков. Подошел к первому и спросил – что ты делаешь? Тот ответил: «Кладу кирпичи». Тогда путник подошел ко второму и задал тот же вопрос. И второй каменщик ответил: «Я строю храм».

То есть **без** стратегии выше вероятность, что участники вашего сообщества будут «класть кирпичи» - и не будут видеть храма, который вместе возводят.

Стратегия, если определить совсем просто – это способ с помощью конкретных ресурсов и действий прийти к необходимому результату.

То есть, она конкретная – вы понимаете, в каком случае вы скажете – мы достигли цели, реализовали стратегию, и она успешная. Есть измеримые показатели.

С другой стороны, в стратегию входят способы ваших действий и ресурсы – она объясняет, как и с помощью чего вы придете к этому нужному результату.



Сформулировать стратегию можно, отвечая на **ключевые вопросы**. И первый из них – тем более раз речь идет о сообществе – **КТО?**

Конечно, кто ваше сообщество? Кого вам важно вовлечь? Возможно, это жители определенной национальности или культуры. Возможно, это участники ваших событий – которые могут стать не просто участниками, а сообществом, действовать самостоятельно, разделять ценности и цели.

Кто ваши сторонники? Ведь сообщество- это не бесконечное количество людей. Наверняка будут те, кто не готов вложиться ресурсами своего времени. Но кто будет поддерживать вас.

Кто ваши конкуренты или оппозиция? Возможно, их нет. А возможно, наоборот – это противники идей, которые вы продвигаете. Возможно, вы не сразу сможете их выявить – иногда они проявляются только тогда, когда вы начинаете активные действия сообщества.

Кто ваши партнеры? Другие сообщества, компании, некоммерческие организации, органы власти, отдельные люди или СМИ.

И наконец, возможно есть другие стороны – кто не является ни вашим конкурентом, ни партнером – но важен для вашего сообщества. Например, местные библиотеки – пока они никак не связаны с нами, но важно попробовать развивать сотрудничество, чтобы сообщество могло встречаться на их площадках.



Второй вопрос, на который отвечает стратегия – **каких изменений ищет наше сообщество?** В чем проблема?

Важно, что часто на этот вопрос нужно отвечать не только самим организаторам сообщества – но и потенциальным участникам. Что волнует их – особенно на бытовом уровне, с точки зрения повседневной жизни. Ведь сообщество привлекательно и полезно людям тогда, когда отвечает конкретным интересам своих участников.

Чтобы стратегия выглядела привлекательной для вас и для всего сообщества, попробуйте ответить на вопрос – а как было бы, если бы проблема была решена, если бы все было идеально?

Например, если вас волнует изолированность представителей разных народов в регионе – то какая бы картинка была обратной? Может быть, Знание жителями традиций разных народов, проживающих рядом, хорошие навыки межкультурной коммуникации, регулярные ситуации взаимодействия разных народов во время местных событий и так далее.

Еще один хороший вопрос – а почему проблема все еще не решена? И что нужно для ее решения? Стратегия подразумевает творческое решение проблемы или воплощение идеи. Что можно сделать, чтобы эта ситуация изменилась?



То есть следующий вопрос стратегии сообщества – **какова наша цель?** Коллега, наверняка вы разрабатывали множество проектов и знаете все о том, как ставить цели. О том, что она должна быть конкретной и измеримой, мотивирующей участников. И обязательно – достижимой с теми ресурсами и теми временными возможностями, которые вы закладываете.

Стратегия – это не одно событие, это длительный процесс, набор действий. Соответственно, в стратегии нужен ответ на вопрос – **что же будет делать сообщество, чтобы прийти к цели?**

Мы все делаем предположения о том, как происходят изменения. Некоторые люди думают, что достаточно широкий обмен информацией



(или «повышение осведомленности») о проблеме изменит ситуацию. Другие утверждают, что если мы просто соберем всех «заинтересованных лиц» в одной комнате, чтобы поговорить друг с другом, мы обнаружим, что у нас есть много общего, и это решит проблему. Третьи считают, что нам просто нужно быть умнее, чтобы найти решение.



Организаторы сообщества сосредотачиваются на развитии способностей членов сообщества, потому что считают, что если сообщество само не решит проблему, она не будет устранена сама собой.

То есть один из ответов на стратегический вопрос «что делать» - уже есть в качестве подсказки! **Развивать потенциал, лидерство и умения участников вашего сообщества.**

Кроме этого, конечно, в каждой стратегии есть свои шаги для реализации. И мне понравилась еще такая формула ответа на вопрос «что будем делать»:

Организуем кого – для чего (имеется в виду большая стратегическая цель) – как – для достижения какого изменения

Например, *организуем сообщество молодежи из числа коренных народов для сохранения и передачи традиций молодым горожанам через создание Utube-канала сообщества – чтобы в современном формате 30% школьников города вовлекались в коренную культуру края.*

Итак, хорошая стратегия подразумевает ответы на вопросы – кто будет в вашем сообществе, как вы видите его участников. И кто – рядом, вокруг
Что волнует сообщество – причем важно обращаться к уровню повседневной жизни. Например, проблема незнания культуры и традиций жителями может волновать – но насколько это отражается на повседневности? В чем? Возможно, в отношении к детям в школе. Или в проявлении дискриминации. Или в трудностях общения и так далее.

Стратегия отвечает на вопрос что будем делать. И один из важных пунктов – чем отличается именно стратегия сообщества – это повышать потенциал членов сообщества, развивать в них лидерские навыки, давать возможность обучаться друг у друга.

Наконец, стратегия включает еще и описание ресурсов – какими средствами и ресурсами будут подкрепляться действия. И тоже я бы сказала, что часть ответа уже есть – как минимум силами людей, членов вашего сообщества.

Итак, мы на финишной прямой в разборе элементов, из которых состоят сообщества. Остался **последний пункт – общие измеримые действия**. Что это значит?

Действие – это то, без чего сообщества словно нет. То есть у вас может быть общая история, может быть стратегия, могут даже быть лидерские команды, структура и взаимные обязательства. Но если ничего не происходит – то есть нет действий – то все остальное бессмысленно.

Бывают разные сообщества. Есть такие, которые словно «спят» - и просыпаются в моменты, когда необходимо общее действие. Например, это могут быть соседские сообщества.

Незаметные – но активизирующиеся в момент, когда рядом собираются строить вредный объект.

А бывают сообщества, которые постоянно «мобилизованы», ведут свою деятельность регулярно. Например, у нас есть сообщество Южно-Приморского парка – жители района регулярно организуют в парке уборки, проводят события, общаются в группе во ВКонтакте и иницируют новые проекты, получая гранты для развития парка.

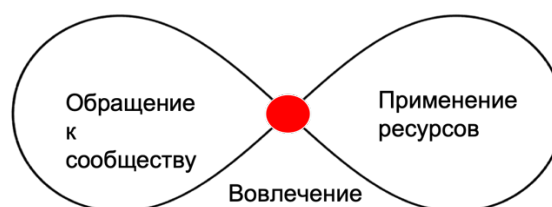
То есть **в любом случае сообщества обязательно действуют** – регулярно или при наличии какого-то вызова.

При этом ведь нам, как организаторам сообществ, важно не всякое действие? Ведь только что мы говорили о стратегии, а значит, мы хотим эффективных действий сообщества.

Что значит – эффективное?

- Разумеется, такое, которое **приносит результаты, и они способствуют достижению цели.**
- Во-вторых, это действие, которое **усиливает вашу организацию и ваше сообщество.** Привлекает к нему новых людей, вовлекает людей в вашу деятельность, увеличивает возможности вашего сообщества добиться перемен в будущем.
- И наконец, эффективное сообщество **способствует росту лидеров, обучению своих членов. Развитию потенциала людей.**

В своей методике развития сообществ Карен Олсен приводит запоминающуюся схему – как обеспечить действие участников сообщества.



Это бесконечное взаимодействие обращения к сообществу, их вовлечения и использования тех ресурсов, которые участники сообщества могут вложить.

Чтобы у сообщества были общие действия, нужно, чтобы участники сообщества брали на себя обязательства. То есть смысл создания сообществ – ради чего в целом мы это затеем – вовлечь людей не просто как зрителей, а как созидателей.

Вовлекая в нашу акцию других людей, мы даем им возможность внести содержательный вклад в некое дело, в котором они заинтересованы. Как это обеспечить?

Для начала – нужно **общение с членами сообщества.** Нужно обратиться к участнику с конкретной просьбой. Желательно – чтобы вы могли объяснить, почему вы обращаетесь к конкретному человеку в сообществе.

При обращении важно не просто сказать «можешь ли сделать то-то», но и объяснить контекст (зачем это нужно, что вообще вы затеваете, что хотите сделать).

И в конце обращения необходимо понять конкретный ответ или реакцию человека. Попробуйте уточнить: «Могу ли я рассчитывать на тебя в такой-то задаче к такому-то сроку»? Внимательно слушайте. Человек говорит «да, конечно» - отлично, расскажите подробнее про детали задачи. Или ответ «может быть» - тогда стоит спросить о сомнениях и постараться их развеять. Возможно, вы услышите «Нет» – узнайте почему и предложите с вами связаться, если он передумает.

Как только вы обратились и получили готовность участника сообщества вовлечься – сразу **предложите конкретную задачу с настоящей ответственностью** и настоящим планом действий. Например, «можешь ли ты принести то-то», «можешь ли написать такие-то посты в группе».

То есть – вовлечение переходит в третий этап – применение ресурсов сообщества. Участник вносит свой вклад в виде реального действия. И так как здесь не зря изображен знак бесконечности – этот же цикл может начинаться заново. Тем, кто уже поучаствовал, вы можете предложить взять на себя лидерскую роль в какой-то задаче и помогать вовлекать участников сообщества дальше.



То есть, когда вы создаете сообщество – важно сразу начинать что-то делать вместе, вовлекая его участников постепенно.

Сначала – предложите взять конкретную задачу. Практики развития сообществ рекомендуют трижды подтвердить готовность участников – чтобы не вышло так, что задача останется несделанной. Особенно, когда вы обращаетесь к кому-то в сообществе впервые.

Затем необходимо реализовать конкретное действие – чтобы участник сообщества применил свои ресурсы, добился результата для общей цели.

Для сообщества крайне важно умение праздновать результаты. И конечно, оценивать успех вместе. Составьте перечень всех измеримых итогов, чтобы участники осознавали, что это была лишь часть более крупной и значимой стратегии. Подробно проанализируйте, что получилось и что в следующий раз нужно сделать иначе. А потом отпразднуйте! Кому нужен досуг без веселья?! Придумайте и внедрите в вашей организации «распорядки праздничного дня: пикники, пение песен, обмен мнениями о впечатлениях от прошедшей акции.

И разумеется, «СПАСИБО!» На следующий день поблагодарите всех за участие. Расскажите им, какую отдачу это действие принесло в рамках вашей стратегии. Узнайте их мнение о том, что получилось и что нужно в следующий раз сделать иначе.

Итак, коллега, поздравляю. Мы прошли по всем пяти элементам сообщества. Теперь вы знаете, что нужно обеспечить организатору сообщества. И как именно это сделать.

Зачем создавать сообщества?

Возможно, вы никогда не работали с сообществами и сейчас – глядя на этот список – сомневаетесь. Зачем прилагать столько усилий?

Конечно, решение работать с сообществом или нет – вам нужно взвесить самостоятельно. Оценить ваши возможности – в первую очередь временные.

Мне же кажется, что для этнокультурных организаций развитие сообществ – это возможность значительно приблизиться к своей миссии.

Чем отличается работа с сообществами, какие преимущества дает?

- Во-первых, вы **разделяете ответственность с людьми**, ради которых создана ваша организация. Возможно, эффект от работы с сообществом вы почувствуете в виде улучшения качества ваших продуктов или услуг, их актуализации – ведь сами «клиенты» стали причастными к их созданию.
- Вкладываясь в людей и помогая им стать не только пользователями ваших услуг или продуктов, вы **получаете важные ресурсы**. Людей и их энергию. Их идеи, возможности.
- Сообщества часто превращаются в силу, которая позволяет серьезно сдвинуть, казалось бы, нерешаемую задачу. Например, **достигать таких глобальных целей**, как продвижение культуры, традиций или защита территорий.
- Ну и для меня лично развитие сообществ – это ценность сама по себе, связанная с **развитием гражданского общества и ответственности, самостоятельности и инициативы**.

Коллега, желаю вам взвешенно и постепенно подходить к работе с сообществами. Возможно, двигаясь от простых форм – сотрудничества с уже существующими сообществами – к постепенному изменению работы с вашими событиями и их участниками!



Э Т Н И К
ЭТО ПРО ДВИЖЕНИЕ

