



★ **Категория:** анализ ситуации/
решение конкретной проблемы.

↑ **Цель:** создание условий для осознания
трудностей и поиска путей их решения.

🕒 **Время проведения:**
30–40 минут.

👥 **Количество участников:**
8–14 человек.

📁 **Необходимые материалы:**
метафорические карты «Среда обитания»
(НАВИТАТ).



★ **Категория:**
коммуникативное упражнение.

↑ **Цель:** развитие сплоченности,
расслабление, завершение.

🕒 **Время проведения:**
20 минут.

👥 **Количество участников:**
8–14 человек.

📁 **Необходимые материалы:**
метафорические карты «Мифы» (MYTHOS)
и «Сага» (SAGA).

Упражнение «ПРОБЛЕМА-РЕШЕНИЕ»¹ (работа с метафорическими картами)



Ход работы:

Игроки получают или вытягивают по пять карт, смотрят на них, не показывая другим участникам, решают, какая из пяти карт будет обозначать их трудность-проблему. Остальные карты будут использоваться для помощи в решении трудностей других участников группы. Первый игрок кладет карту лицом вверх на стол, описывая кратко проблему, отраженную на этой карточке. Любой другой игрок может предложить свою карту – объяснение, возможное решение проблемы или ее позитивное видение. Эта карта кладется рядом с первой. Следующий игрок объявляет новую проблему, выкладывая новую карту на стол и кратко описывая ее. Решение находится, как и прежде, другим игроком и с помощью другой карты. Игра продолжается до тех пор, пока все карты на руках не будут отыграны. Важно, чтобы все игроки смогли заявить проблему и принять участие в ее решении.

.....

.....

.....

.....

¹ Авторское упражнение Моритца Эгетмейера.

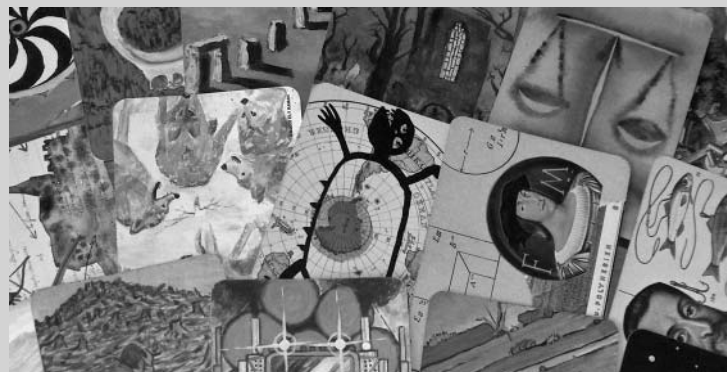


Упражнение «ГРУППОВОЙ РАССКАЗ»² (работа с метафорическими картами)



Ход работы:

Карты раскладываются в центре стола, вокруг него становятся участники. Первый участник вытягивает карту из колоды, кладет на стол и начинает рассказывать историю согласно тому, что на ней нарисовано. Когда он закончил, следующий игрок берет карту из колоды, кладет ее рядом с предыдущей и рассказывает продолжение истории.



² Авторское упражнение Моритца Эгетмейера.



Категория:
развитие креативности.



Цель:
раскрытие творческого потенциала.



Время проведения:
20–30 минут.



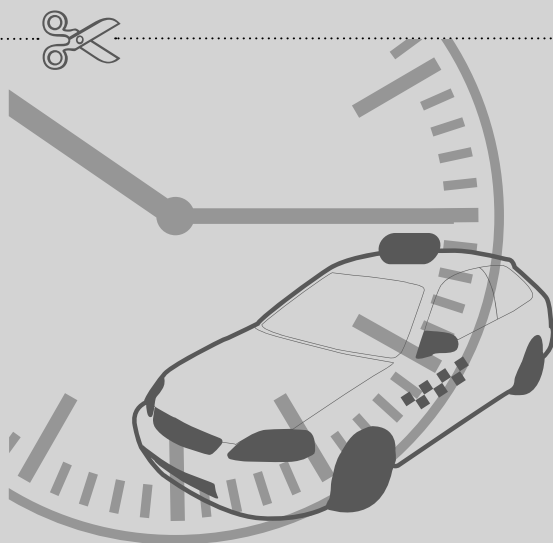
Количество участников:
8–14 человек.



Необходимые материалы:
В данном упражнении можно использовать карты «Экко» (ECCO), «Борегард» (BEAUREGARD), «История Лидии Якоб» («LYDIA JAKOB STORY»).



Ход работы:
Для выполнения этого упражнения участникам выдаются правила восточного стихосложения. Далее каждый участник «вслепую» вытягивает карту и спонтанно произносит слово согласно правилам стихосложения и согласно обсуждаемой теме. На каждое требуемое слово или фразу в структуре стихосложения вытягивается отдельная карта. Таким образом, по одной карте, по фразе группа составляет общее стихотворение.



Категория:
коммуникативное упражнение.



Цель: тренировка навыков ведения переговоров.



Время проведения:
30 минут.



Количество участников:
до 20 человек.



Необходимые материалы:
флипчарт, маркер.

Упражнение «ВОСТОЧНОЕ СТИХОСЛОЖЕНИЕ»³ (работа с метафорическими картами)

Правила «восточного стихосложения»	Например
Главное слово (существительное)	Осень...
Прилагательное, прилагательное.	Серая, унылая.
Глагол, глагол, глагол.	Приходит, стучится, не отступает.
Фраза, выражающая отношение.	Неопределенное состояние печали и грусти.
Существительное.	Воспоминания.

³ Авторское упражнение Александра Горобченко.

Игра-переговоры «ТАКСИ»



Ход работы:

Ведущий поясняет группе, что каждому участнику в данный момент срочно нужно вызвать такси, но так случилось, что в окрестностях нет практически ни одного свободного. Попытка заказать такси по телефону к успеху не привела. Ждать его нужно будет как минимум час.

Вместе с группой ведущий обсуждает, какие причины могут заставить человека срочно искать такси? Причины фиксируются на флип-чарт.

Ведущий делит группу на пары и объясняет, что каждый из них сейчас соревнуется за одно такси. Оба человека должны ехать в разных направлениях, поэтому разделить машину они не могут.

На поиск решения в парах дается 10 минут.



Анализ:

По окончании переговоров ведущий выясняет, сколько человек удовлетворены принятым решением? Сколько вынуждено было уступить такси, но, тем не менее, довольны решением?

Анализируются примеры решений и обсуждаются в контексте основной темы занятия.

Важным является отметить, что невозможность достичь первоначальной цели не всегда означает неудачу.



Цель: сгенерировать разноаспектные новые идеи посредством визуального диалога.



Время проведения: 30–60 минут.



Количество участников: до 10 человек.



Необходимые материалы: несколько листов бумаги для флипчарта, скрепленных вместе; разноцветные фломастеры по количеству участников; музыка для фона.



Ход работы: Ведущий вывешивает на стену листы бумаги для флипчарта и раздает каждому участнику по фломастеру (их цвета не должны повторяться). Основной вопрос для обсуждения записывается в центре скрепленных листов на стене. Участники молча записывают как можно больше ответов на зафиксированный в центре вопрос. Написав свой ответ, можно почитать ответы других участников и прокомментировать их с точки зрения добавления чего-то для усиления, генерации новых идей. «Хозяева» высказываний также читают комментарии, пытаются интегрировать идеи и написать новые комментарии. Фиксация комментариев происходит по →

Упражнение «НЕМАЯ АССОЦИАТИВНАЯ КАРТА»

→ обычной схеме составления ассоциативной (ментальной) карты. В результате все ответы на вопросы и комментарии должны организоваться в некоторое число содержательных кластеров. Комментирование длится до окончания свободного места на листах.



Анализ: Все участники еще раз читают содержимое комментариев, чтобы иметь полное представление об обсуждении. Затем каждый из них выбирает кластер, который импонирует ему в связи с темой больше всего, и развивает начатую в нем мысль согласно следующим вопросам:

- На какие новые идеи натолкнуло вас содержание данного кластера?
- Что из написанного в нем вам больше всего импонирует?
- Каков центральный фокус данного кластера?
- Как мы можем использовать его содержание для нашей дальнейшей работы?

.....

.....

.....

.....

працяг глядзі на абароце



Категория: работа с целевой группой.



Цель: выстроить схему работы со своей целевой группой.



Время проведения: 60–90 минут.



Количество участников: до 30 человек.



Необходимые материалы: восковые мелки (или цветные карандаши, фломастеры), бумага формата А4 и А5.



Ход работы: Ведущий дает группе следующую инструкцию: «Мы постараемся создать образ нашего клиента/представителя целевой группы и посмотреть, о чем этот образ нам скажет. Для этого мы используем технику Гарта Моргана из его книги «Искусство креативного управления». Для начала подумайте о каком-то представителе вашей целевой группы, которого вы можете назвать «типажным», вбирающим в себя ее основные характеристики. Подумайте, какой образ приходит вам в голову, когда вы представляете этого человека. Это может быть птица, растение, животное, персонаж телепередачи или какой-то истории.

Упражнение «СОЗДАНИЕ ОБРАЗА КЛИЕНТА»

Подумайте об этом образе пару минут. На листе бумаги запишите ответы на следующие вопросы:

- Каковы основные детали, аспекты этого образа?
- Что в личности, темпераменте или поведении этого человека натолкнуло вас на данный образ?
- Каковы позитивные аспекты данного образа?
- Каковы его негативные аспекты?

Теперь потратим какое-то время на рефлексию вашего образа. Кто добровольно хотел бы поделиться своим образом с группой?

Расскажите нам, кто ваш клиент? Что это за образ? Каковы его позитивные и негативные аспекты?»

После того как все желающие высказались, начинается сравнение образов. Ведущий задает группе следующие вопросы:

- Каковы общие мотивы в ваших образах?
- Каковы общие темы при выделении позитива?
- Каковы общие темы при выделении негатива?

После сравнения образов в общей группе начинается этап работы в малых группах по 4–5 человек. Каждая группа должна нарисовать рисунок, который отражал бы их взаимоотношения с целевой группой. Для этого лучше всего, если будут сначала нарисованы индивидуальные рисунки, которые участники обсудят, а затем скомбинируют в один групповой. →



Категория:
рефлексия.



Цель: отрефлексировать встречу; подготовить групповую историю о встрече.



Время проведения:
30 минут.



Количество участников:
не ограничено.



Необходимые материалы:
нет.



Ход работы: Ведущий сообщает группе: *«Я хотел(а) бы завершить нашу встречу рефлексией. Мы рассмотрим два ее аспекта: содержание встречи и ее процесс».*

Далее разговор с группой ведется по двум основным блокам, согласно приведенным ниже вопросам. Желательно фиксировать основное содержание ответов на флипчарте (графически или текстом).

Содержание встречи

1. Каков, на ваш взгляд, был основной замысел встречи/семинара/тренинга и т.д.?
2. Какие слова или фразы, сказанные здесь, особенно запомнились вам? Какие из них вы считаете важным зафиксировать сейчас? →



пачатак глядзі на абароце

Упражнение «ЗАВЕРШАЮЩАЯ РЕФЛЕКСИЯ»

→

3. Какие аспекты обсуждаемой темы вы находите наиболее интересными?
4. Какие аспекты «пугают» вас?
5. Какие аспекты наиболее важны?
6. Над какими аспектами вы будете работать в дальнейшем?

Процесс

7. Представьте, что проигрываете видеозапись встречи. Какие сцены вы видите?
8. Какая точка работы была самой «высокой» для вас? Назовите наиболее «низкую точку» (или точку, в которой вам было тяжелее всего)?
9. Каков, на ваш взгляд, был смысл этой встречи для всей группы?
10. Каково ваше собственное заключение о результате встречи? Как бы вы суммировали этот опыт одной фразой или образом?

.....

.....

.....

.....

.....

Упражнение «СОЗДАНИЕ ОБРАЗА КЛИЕНТА» (продолжение)



Ход работы:

→ Общие рисунки по очереди представляются каждой группой и комментируются соответственно следующим аспектам:

- Где на этом рисунке ваш клиент?
- Где вы?
- Какова ваша связь с клиентом?
- Что на этом рисунке наибольшим образом отражает вашу связь с целевой группой?
- Поясните негативные и позитивные аспекты вашего взаимодействия. Каковы причины негативных аспектов?
- Если бы нам нужно было улучшить систему ваших взаимоотношений с целевой группой, используя эту картинку, что нужно было бы на ней поменять?
- Как этот образ можно перенести на реальные взаимоотношения с вашей целевой группой?

Затем всей группе задаются следующие вопросы:

- Работая с целевой группой, следует отталкиваться от ее потребностей и интересов или опираться на ваше представление о них?



- Нужно ли проводить исследование потребностей ваших клиентов? Проводите ли вы его? Если нет, то почему? Как вы это делаете?

- Как хорошее исследование потребностей и других особенностей целевой группы могло бы улучшить деятельность вашей организации/лично вашу?