



EDUTAINMENT ЛАГЕРЬ
как технология
современного
образования

Обучение через
Развлечение

Руководство для организаторов
образовательных проектов и лагерей

#ШАШНИКИ
РАЗРАБОТКА И ОБУЧЕНИЕ

альпина.gemini

Коллектив авторов Обучение через развлечение. Edutainment лагерь как технология современного образования

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=65148892

*Обучение через развлечение: Edutainment лагерь как технология
современного образования:
ISBN 978-5-9614-7251-6*

Аннотация

Концепция Edutainment – это технология современного образования, которая может использоваться в разных проектах. И лагерь – именно то образовательное пространство, в котором участники имеют возможность не только отдохнуть и пообщаться, но и получить новые знания, умения и навыки. Концепция Edutainment делает этот процесс сбалансированным.

Организовать такой лагерь с нуля вам поможет эта книга. В ней детально разобран весь путь: от запроса на создание лагеря до вариантов сопровождения участников после программы. Книга будет полезна не только разработчикам лагеря или заказчикам программы, но и организаторам других образовательных

проектов, которые хотят больше узнать о концепции Edutainment и ее реализации.

Авторы книги – специалисты Творческого Объединения #Шашники: директора лагерей и руководители образовательных программ, психологи, методологи, разработчики, тренеры, режиссеры.

Содержание

Введение	8
Условные обозначения	10
1. Концепция Edutainment	16
2. Запрос на создание программы лагеря	32
1 Формальные данные программы	42
2 Целевая аудитория программы	54
3 Видение образовательного и игрового наполнения программы лагеря	62
Конец ознакомительного фрагмента.	65

Обучение через развлечение: Edutainment лагерь как технология современного образования

Главный редактор *Л. Богомаз*

Руководитель проекта *М. Шалунова*

Корректоры *Н. Витько, З. Скобелкина*

Компьютерная верстка *О. Макаренко*

Дизайн макета и обложки *Д. Левицкая*

Дизайн геймификации книги *А. Минина*

Дизайн дополнительных материалов *М. Францкевич*

Верстка лэндинга *Е. Дрейко*

© Голышев Г., Поплавская К., Ерошина Ю., Михеева Е,
Мытарев И., Котова Т., Сахарова Д., Ромодина Т., 2021

© ООО «Альпина Паблицер», 2021

Все права защищены. Данная электронная книга предназначена исключительно для частного использования в личных (некоммерческих) целях. Электронная книга, ее части, фрагменты и элементы, включая текст, изображения и иное, не подлежат копированию и любому другому исполь-

зованию без разрешения правообладателя. В частности, запрещено такое использование, в результате которого электронная книга, ее часть, фрагмент или элемент станут доступными ограниченному или неопределенному кругу лиц, в том числе посредством сети интернет, независимо от того, будет предоставляться доступ за плату или безвозмездно.

Копирование, воспроизведение и иное использование электронной книги, ее частей, фрагментов и элементов, выходящее за пределы частного использования в личных (некоммерческих) целях, без согласия правообладателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.

*** * ***

ОБУЧЕНИЕ ЧЕРЕЗ РАЗВЛЕЧЕНИЕ

**Edutainment лагерь
как технология
современного образования**



Москва • 2021

Введение

У вас в руках книга – шаблон для разработки программы лагеря, который поможет специалистам-организаторам самостоятельно создать программу лагеря, а заказчикам (HR-директорам, руководителям турфирм, образовательных центров и других организаций) глубже понять, что такое качественная программа, и оценить привлекательность подхода Edutainment.

Книга сочетает в себе теоретические концепции и практические примеры из опыта работы Творческого Объединения #Шашники. Всё это мы уложили в один путь, который проходит через десять глав к Edutainment лагерю.

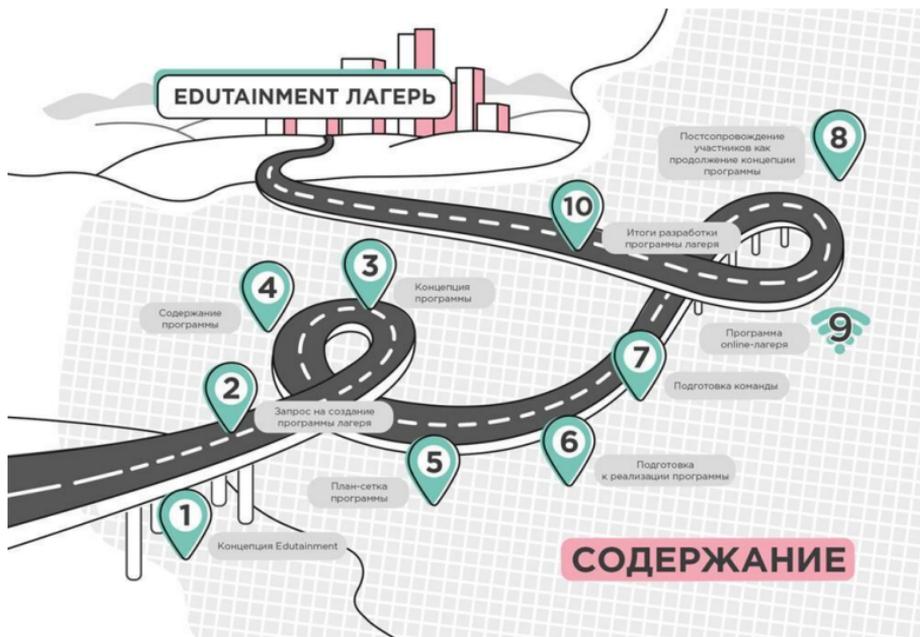
Этот путь – пошаговое руководство по разработке программы лагеря в концепции Edutainment, которое дополняют таблицы, шаблоны, чек-листы, инфографики, кейсы, видео и статьи. Чтобы ничего не пропустить на пути, возьмите с собой дополнительный гаджет – например, телефон, который поможет вам сохранять нужные материалы и выполнять задания. Всё это будет реальной помощью в разработке!

С каждым, кто будет читать книгу, мы хотим искренне поделиться своим опытом, рассказать о своих успехах и сложностях, общаться, обмениваться идеями, чтобы вместе работать в концепции Edutainment и реализовать Edutainment лагеря.

Коллектив авторов

Творческого Объединения #Шашники

УСПЕХОВ НА ВАШЕМ ПУТИ!



Условные обозначения



Отсчет до начала программы

На каждом этапе очень важно знать, сколько времени осталось до старта программы. Ищите песочные часы в начале каждой главы!



Срочные видеообращения

Этот элемент – обращение авторов к вам, читателям нашей книги. Они встречаются в начале каждой главы, а также

в самом конце. Их важно смотреть по ходу книги, даже если смотреть видео вам нравится больше, чем читать!



Комментарии

Благодаря нашим героям чтение книги станет веселее. Не пропускайте их – и добавляйте наши стикеры в Telegram!



Ценные мысли

Под этим знаком вы найдете действительно важные мысли. Авторы книги поняли это в процессе работы – а вы можете зафиксировать уже сейчас!



Рекомендации

Это советы авторов глав для вас. Не упускайте их из виду и будьте уверены, что они вам пригодятся!



Таблицы и графики

Этими материалами мы хотим «подкрепить» текст главы. Часть таблиц вы найдете внутри книги, часть – на внешних ресурсах.



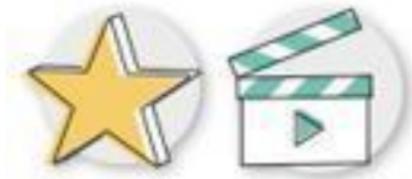
Образцы и шаблоны

Это наши «подарки» для вас – в них содержатся личные наработки авторов, которые можно использовать в своей работе.



Чек-листы

Это ваш способ «сохраниться», проверить, насколько вы усвоили прочитанный материал, и забрать его с собой для использования в жизни.



Статьи • Видеоролики

Эти элементы – результаты работы команды Творческого Объединения #Шашники. Надеемся, что они вас вдохновят, покажут, как надо, и станут дополнительными материалами к изучению.



Кейсы

Это примеры проектов и мероприятий из опыта Творческого Объединения #Шашники, иллюстрирующие теорию в книге.



Копилка идей

Это место сбора опыта наших читателей. Делитесь вашими идеями – и изучите мысли других!



Упражнения

Это интерактивный формат взаимодействия вас, читателей, и нас, авторов книги. Выполняя их, можно получить дополнительные идеи и разнообразить вашу программу лагеря.

1. Концепция Edutainment

ГЛАВА 1

КОНЦЕПЦИЯ EDUTAINMENT

КАК СДЕЛАТЬ ПРОГРАММУ ЛАГЕРЯ НОВОЙ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПЛОЩАДКОЙ?





Будьте внимательны! Не упустите ничего на вашем пути!

Создавая эту книгу, мы ставили для себя цель – помочь повысить качество организации лагерей любого типа: образовательных, развивающих, развлекательных. Мы знаем, что лагерь – отличное место для реализации возрастных и учебных задач детей, подростков, молодежи, взрослых и семей. Это пространство, где с помощью специально созданных, а иногда и случайно возникающих ситуаций участники получают незабываемый уникальный опыт, который с удовольствием вспоминают и применяют в дальнейшем.

Концептуальный подход к разработке программ лагерей лежит в основе всех наших программ, мы воплощаем его во всех проектах Творческого Объединения #Шашники. Это подход, ценностное зерно которого – создать лагерь как макромир развития и расширения возможностей.

Чем неповторима именно наша книга? Есть разные материалы для организаторов лагерей, большинство из них сосредоточены или на методах работы (игры, мероприятия,

коллективно-творческие дела и т. п.), или на общих схемах построения лагерных смен (периоды развития лагеря, групповая динамика, организационные моменты). В нашей книге мы рассказываем, как сделать программу лагеря целостным продуктом, как образовательная и игровая концепции могут создавать незабываемые впечатления и эмоции для участников, как концепция Edutainment помогает вовлечь участников в процесс получения новых навыков и знаний.



Конечно, к формулировке «Edutainment лагерь» мы пришли далеко не сразу. Проходите по ссылке и послушайте о преимуществах и силе этого понятия. Вдохновение обеспечено!

<https://youtu.be/pkp9EGFsQHc>

В самом начале книги хочется коснуться реалий лагерьной действительности в настоящее время. Посмотрим, как трансформировались представления о том, какой должна быть программа лагеря, у организаторов и пользователей лагерей – детей и родителей.

Лагеря давно заняли значительную нишу в детском и мо-

лодежном отдыхе – пионерия, молодежные движения, отдых на каникулах. В начале 2000-х годов стали появляться тематические и образовательные лагеря. Например, танцевальные и спортивные, лагеря по математике и шахматам и так далее. По большому счету они состояли из тренировок и уроков, совмещенных с походами на море, экскурсиями по интересным местам, вечерними дискотеками и прочими мероприятиями.

Со временем стали появляться альтернативные лагеря, которые предлагали совершенно другую структуру организации досуга. Например, такие, где участники сами выбирали, чем им заниматься, лагеря с тренингами личностного роста для детей и подростков или лагеря, где основным становилось игровое погружение в процесс, – сюжетно-ролевые лагеря.

С началом 2010-х годов появился тренд на лагерь как летние (или осенние, весенние, зимние) каникулы с альтернативным образовательным компонентом. МДЦ «Артек» организовал форум «Лагерь – новое образовательное пространство», Министерство образования РФ активно транслировало важность продолжения образования в период каникул. Появился формат частных семейных лагерей для разных возрастов – в лагеря приехали родители, дети, старшее поколение семей.

В последние пять лет весомое конкурентное преимущество получают лагеря, которым удается соединить два ком-

понента: образовательную и игровую цели. В главе «Концепция программы» мы очень подробно расскажем об этом и продемонстрируем этапы разработки программ лагерей подобного типа. Сейчас же хотим обратить ваше внимание, что именно умелое сочетание образовательной и игровой концепций – ключевая задача организаторов современных лагерей. Это основа привлекательности, результативности и, как следствие, финансовой успешности лагеря!

Сегодня лагерь становится совершенно отдельным видом развивающего пространства – с собственными концепциями, методами, практиками. Лагерь отличается от школы и туристических поездок, от выездных тренингов и программ активного отдыха. Для обычного пользователя может быть не так очевидна разница между лагерем старого формата и лагерем нового образца, разработанного в концепции Edutainment. Однако индивидуальные результаты для участников и оценка профессионалов в области образования действительно показывают качественную разницу.

● Как же сделать программу лагеря полезной, развивающей и увлекательной?

● Как сделать так, чтобы уже на этапе ознакомления с программой родители и дети были погружены в процессы освоения навыка и хода сюжета?

● Как с помощью программы изменить представление о лагерях в целом?



Ниже – личная авторская просьба.

Внимательно изучите наш взгляд на концепцию Edutainment – это ключ к пониманию всего смысла книги! Без этого чтение станет техническим, а суть будет не раскрыта!

КОНЦЕПЦИЯ EDUTAINMENT: ИДЕОЛОГИЯ И ЦЕННОСТЬ

Существуют разные определения понятия Edutainment наших коллег из сферы образования. Мы, опираясь на них и на свой практический опыт, приводим вам свое определение.

Edutainment – концепция, в основе которой заложен баланс обучения и развлечения. Он достигается путем внедрения разных форм игровых практик в традиционные форматы обучения. Концепция помогает сделать обучение увлекательным и интересным, тем самым повысить включенность участников в образовательный процесс.



Edutainment =

Education (обучение)



**Entertainment
(развлечение)**

Понятие Edutainment впервые появилось в 1973 году, когда географ Роберт Хейман выступил с докладом для Национального географического сообщества. Он показал свой образовательный игровой фильм про животных, в котором были интерактивные элементы.

За почти пятьдесят лет концепция Edutainment успешно внедрялась в онлайн- и офлайн-образование. С начала 2010-х годов она начинает использоваться в крупных бизнес-организациях как инновационное решение проблем образования взрослых.

В настоящее время традиционные методы, используемые в концепции Edutainment (например, фильмы, образователь-

ные игры, телепрограммы, радиoprogramмы, книги и комиксы, музыка), уже являются неотъемлемой частью образовательного процесса. Из современных возможностей добавляются электронные учебники, сетевые варианты музейных выставок, видеоигры, электронные тренажеры и энциклопедии, мессенджеры, веб-квесты, блоги, чаты, видеоконференции. Однако наличие в программе лагеря всех методов или их части совсем не означает, что она разработана в концепции Edutainment. **Главная ценность подхода Edutainment – целостность образовательной и игровой концепции**, общее направление образовательной и игровой цели обучения, геймификация и метафоризация образовательного процесса, а также стремление к самонаправленному стилю обучения участников.

О самонаправленности в обучении мы расскажем чуть позже, сейчас же хочется раскрыть **базовые составляющие концепции Edutainment**.

ИНФОРМИРОВАНИЕ О ПРОГРАММЕ

Знакомство участников с программой на этапе покупки и погружение в программу до ее начала. Еще до старта программы мы работаем с метафорой и геймификацией. Это не просто информирование о том, что будет. Это интерактивные активности в выбранной сюжетной линии. Например, если игровая концепция в стилистике «Звездных войн», то

приглашение на программу оформлено как письмо от персонажа. Участнику может быть предложено выбрать себе свое галактическое имя и зарегистрироваться на звездном портале, а также пройти тест «Кто я из персонажей "Звездных войн"».

ОБУЧАЮЩИЙ РЕКВИЗИТ

Отработка ключевого навыка программы лагеря с помощью симуляторов, информативного реквизита, текстовых документов. Реквизитом для обучения может стать все, что угодно. Наглядные материалы, ассоциативные карты, предметы, которые можно подержать в руках, даже обычные раскраски в тематике обучения будут способствовать большей вовлеченности участников и лучшему присвоению навыков.

АТМОСФЕРА И ИНФОРМАТИВНОСТЬ ПРОСТРАНСТВА

Соответствие содержания и оформления пространства выбранной игровой и образовательной концепциям, возрастным особенностям целевой аудитории, целям и задачам лагеря.

МЕДИАЭЛЕМЕНТЫ

Видео-, аудио-, онлайн-приложения и прочие сервисы повышают вовлеченность участников программы лагеря. Значительно интереснее для подростков искать самые топовые вакансии самостоятельно в интернете, чем слушать от вас, что сейчас находится в трендах и почему.

ИГРОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Разновидности игровых методов: разминки, динамические, навыковые игры, ролевые, деловые игры, а также игровые этюды и зарисовки в рамках других методов активного обучения.

ОБРАЗ ВЕДУЩЕГО

Роли и стиль организаторов лагеря, их внешний вид, речь, эмоциональность, язык тела – образ организатора лагеря всегда важен для участников обучения.

ДИСТАНЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ УЧАСТНИКОВ

Онлайн-сопровождение на программе: выдача и проверка домашних заданий, обратная связь, онлайн-тесты. К этому относится и сопровождение участников после окончания программы лагеря.

«ПОЛЕВАЯ» ПРАКТИКА / ОТРАБОТКА НАВЫКОВ И ПОИСК ИНФОРМАЦИИ

Апробация развиваемых навыков в рамках мероприятий, а также самостоятельное добывание знаний в лагерном интерактивном пространстве. Нужно только правильно и интересно организовать пространство для того, чтобы участники продолжали получать знания самостоятельно. Сюда же включено и сопровождение участников после программы лагеря.

Все эти составляющие программы работают на решение одной из главных задач концепции Edutainment в лагере, обеспечивая переход от зависимого типа участников программы к самонаправленному типу.

С помощью Edutainment-подхода мы стремимся к тому, чтобы участники переходили от неосознанного формально-

го присутствия в программе, заучивания информации, оценочной системы мотивации, объект-субъектного взаимодействия с организаторами лагеря к формулированию собственных интересов в рамках программы, субъект-субъектным отношениям, исследованию, добыванию знаний в «полевых» условиях и собственному индивидуальному вектору присвоения ключевого навыка образовательной программы.

Исходя из таких задач и перечисленных выше составляющих программы, можно **выделить ключевые признаки, характеризующие концепцию Edutainment.**

УВЛЕЧЕНИЕ УЧАСТНИКОВ ПРОГРАММЫ ЛАГЕРЯ

Необходимо обнаружить актуальные потребности участников, то, что интересно непосредственно им. Интересы и потребности могут быть косвенно связаны с ключевым навыком – тогда с помощью геймификации или примеров из сфер, интересных для участников, организаторы могут увлечь участников образовательной целью программы.

ИГРОВЫЕ МЕТОДЫ

Игра – это отличный способ симуляционной деятельности. Попробовать то, чему мы учимся, – практически 5D-

модель реальной жизни. Именно игра является одним из основных методов в концепции Edutainment и программы лагерь.

ЭЛЕМЕНТЫ РАЗВЛЕЧЕНИЯ УЧАСТНИКОВ

Шоу, интерактивные методы, удивительные события, юмор, непринужденность – все это помогает участникам получать дополнительную (а в некоторых случаях на начальных этапах и основную) мотивацию для дальнейшего участия. Это позволяет снижать стресс, напряжение и повышать эмоционально положительные впечатления.

СОВРЕМЕННОСТЬ И АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОГРАММЫ ЛАГЕРЯ

Это касается и средств обучения (технических), и тематик геймификации – они должны быть понятны и знакомы вашим участникам, а также соответствовать актуальным трендам.

СЛЕДОВАТЕЛЬНО,

Концепция Edutainment – особый подход к построению программы лагеря, который основывается на

балансе развлечения и обучения, формировании первичного интереса к ключевому навыку программы с получением удовольствия от процесса обучения и стойкой мотивации.

В завершение хочется поговорить о сложностях, которые возможны при выстраивании образовательной и игровой концепций программы лагеря в Edutainment-подходе. Приведем несколько примеров.

● **Несоблюдение баланса между обучением и развлечением.** В погоне за интересностью и разнообразием программы есть риск упустить главную задачу образования – получение знаний и навыков. Избежать этого поможет постоянная сверка: совпадает ли ваша игровая цель и цель обучения.

● **При использовании концепции Edutainment, создание программы требует больших вложений.** В данном случае встает вопрос о возможности привлечения дополнительных ресурсов (а значит, и дополнительных расходов), необходимых для организации процесса. Безусловно, просто провести мастер-класс бюджетнее, чем организовать интерактивный процесс с привлечением технических средств, включенных в игровую концепцию.

● **Большая включенность и подготовленность организаторов лагеря требуют дополнительных временных ресурсов.** Да, это так. Однако важно помнить, что для организации лагеря в концепции Edutainment не всегда необ-

ходимо ставить шоу мирового масштаба. Возможно, достаточно просто добавить в вашу программу элементы видеометода или придумать красивое интерактивное оформление игровой концепции.



Узнайте еще больше об отличиях обычного и Edutainment лагеря в дополнительном материале от авторов книги. С примерами, кейсами и картинками!

<https://shashniki.com/otlichya-edutainment-lagerya-ot-obichnogo/>

Мы, команда Творческого Объединения #Шашники, опираясь на свой более чем десятилетний опыт в области разработки программ лагерей, с радостью приглашаем вас пройти вместе с нами путь разработки программы лагеря от условного «ничего» до готовой программы, вместе с нами ответить на множество интересных вопросов, которые рождаются в ходе появления новой программы, поразмышлять над проблемами, возникающими у нас – разработчиков. Мы зовем вас в исследование, цель которого – изучить уникальное образовательное пространство – лагерь!

Наша миссия в этой книге – усовершенствовать систему разработки программ для лагеря, помочь вам повысить интерес к вашему бизнесу и его конкурентоспособность. Мы готовы и хотим быть на связи с нашими читателями, обмениваться профессиональным опытом и развивать сферу образования путем создания новых обучающих пространств в лагере. Мы хотим менять представление о лагерях!

Если вам будет полезна независимая экспертиза программы вашего лагеря, благодаря которой вы увидите ее новые возможности, найдете новые идеи для развития и модернизации существующей программы или даже создадите новую, то пишите нам – мы готовы вас поддержать!

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ!

2. Запрос на создание программы лагеря

ГЛАВА 2

ЗАПРОС НА СОЗДАНИЕ ПРОГРАММЫ ЛАГЕРЯ

ОТПРАВНАЯ ТОЧКА
В РАЗРАБОТКЕ ПРОГРАММЫ



100
дней
до лагеря





Начиная с этой части пути и до самого его завершения, вас будут сопровождать авторы книги, которые кратко расскажут, о чем эта глава и почему она занимает важное место в процессе разработки программы лагеря. А еще обязательно вдохновят и замотивируют на выполнение всех заданий!

<https://youtu.be/yqmo5uF7FFg>

ГЛАВА ОТВЕЧАЕТ НА СЛЕДУЮЩИЕ ВОПРОСЫ:

- С чего начинать создавать программу лагеря?
- Что такое запрос и в чем выгода хорошо проработанного запроса для будущей программы лагеря?
- Какие содержательные блоки должны быть в запросе?
- Какие вопросы важно задать заказчику программы лагеря, чтобы составить техническое задание на разработку программы лагеря?

В чем ценность данной главы

Представьте себе чистый белый лист бумаги, на котором надо нарисовать любую схему. Возникает вопрос: с чего начать? Как расположить объекты? И что это вообще будут за объекты?

В этой главе мы даем **максимально полную картину того, с чего начинать разработку программы будущего лагеря**, о чем имеет смысл подумать до начала разработки программы.

На чистом листе мы шаг за шагом обозначим идеи, которые лягут в основу разработки программы лагеря. Вместе поэтапно разберем вопросы, задать которые важно себе (если вы взялись за разработку программы лагеря) или заказчику, кто готов отдать на аутсорс разработку программы. Иными словами, **проработаем запрос – составим техническое задание на проектирование будущей программы лагеря**. В техническое задание входят:

- качественные характеристики;
- специфические требования;
- объем работ;
- пожелания к тому, что необходимо получить в результате разработки программы, и т. д.



Запрос дает возможность выявить и набросать максимально целостный образ того, что вы или заказчик хотите видеть в будущей программе

Основываясь на своем достаточно обширном опыте создания программ для лагерей разной направленности, от исключительно развлекательных до больших образовательных кампусов и форумов, мы учли все зоны, которым стоит уделить внимание до старта, о чем стоит подумать, что стоит обсудить совместно с заказчиком.

Как построена глава

● Мы выстроили эту главу в форме вопросов и возможных/предполагаемых вариантов ответов. Так, чтобы по итогу прочтения вы смогли собрать, словно конструктор, будущую программу своего лагеря.

● В конце главы есть несколько чек-листов, чтобы вы максимально структурированно провели интервью по снятию запроса.

Пожалуй, все вводные даны, тогда начнем.

Как вы думаете, что отличает обычные образовательные, развивающие или развлекательно-образовательные программы от качественных?

Вариантов множество: это и востребованность рынка, и отклик целевой аудитории, и инновационность, и масштабность, и высокая или низкая цена.

Качественная программа – это в первую очередь глубина проработки деталей и учет индивидуальных интересов заказчика образовательной программы (если вы разрабатываете программу лагеря под запрос). Это помощь в формулировании того, что хотите видеть вы или заказчик программы / образовательного лагеря на выходе.

Это возможно, когда мы как разработчики концепции программы лагеря, его содержания, прежде чем приступить непосредственно к разработке, максимально детально исследуем вместе с заказчиком все его потребности, желания и ожидания.

Наверняка у вас или ваших знакомых была такая ситуация.

Вы заказываете дизайн квартиры. Нашли профессионала. Через три месяца возвращаетесь в свою квартиру и понимаете: не то! Интерьер «не ваш», «что-то смущает», «совсем не это ожидали».

Время ушло, бюджет потрачен, а ожидаемого результата

нет.

И дизайнер – спец, и ремонт, в сущности, неплохой, но ощущения «своего» пространства не получилось!

Ровно потому, что до начала всех работ с вас «не сняли» ЗАПРОС! Не учли:

- пожелания;
- возможности;
- ограничения.

Итог: полное или частичное несоответствие результата проекта на выходе. А значит, неграмотно израсходованный бюджет, упущенное время и... неудовлетворенность результатом, ощущение «смазанности» ожиданий, реальность, к которой вы или заказчик не готовы. Следовательно, лишнее сопротивление, напряжение и конфликты.



Вы же не хотите, чтобы подобная ситуация произошла с программой вашего лагеря?

Разработка программы лагеря или любого образователь-

ного продукта – это такой же проект, обязывающий подумывать и заказчика, и исполнителя над всеми нюансами, которые складываются в единую картину. Картину, которая воплотит все желания и возможности, а значит, будет впечатлять и радовать и вас, и заказчика программы!

Именно поэтому **одним из ключевых этапов работы по созданию интересного, конкурентоспособного и уникального лагеря является этап работы над запросом:**

- Чего ждем от будущей программы лагеря?
- Какой она будет?
- Какой не должна быть программа лагеря или любой другой образовательный проект?

Однако чаще в реальности заказчики имеют размытые представления о том, чего хотят от будущей программы лагеря, или же их видение черно-белое: только так, только не так. Выйти из этой ситуации помогает **техническое задание к программе лагеря – мы его называем снятие, или формулирование, запроса заказчика.**

Чем полезен правильно сформулированный запрос?

Это прямой путь к тому, чтобы сделать программу лагеря по «вашим лекалам».



Ничего лишнего!

Снятие запроса – совместная плотная работа заказчика программы и нас как исполнителей – экспертов в области разработки программ и концепций. Это расстановка акцентов, поиск совместимых с интересами заказчика направлений. Это самое настоящее исследование! От того, насколько качественно будет проведено такое исследование, зависит финальный результат.

Добросовестность на этом этапе – гарантия того, что заказчик скажет: «Да! Это то, чего я хочу!»

Конечно, сам заказчик не обязан быть профессионалом в сфере организации лагерей или знать особенности разработки развлекательных, образовательных или комплексных программ, понимать возрастные и психологические особенности целевой аудитории, владеть принципами Edutainment. Все это – ответственность и зона внимания исполнителя-разработчика как эксперта.

Однако и у заказчика концепции есть своя зона ответственности, а именно: на этапе работы над запросом к про-

грамме быть максимально открытым к диалогу, предельно честным в ответах на вопросы разработчика, заявлять о своих опасениях и переживаниях, не отдавать «на откуп» написание программы. Только такой подход – ключ к взаимной радости от проделанной работы. Ну и дальнейшая работа на результат!

Представьте себе, что вы поднимаетесь на вертолете и смотрите на свой будущий лагерь с высоты птичьего полета. Такой взгляд позволяет увидеть всю картину целиком, как будто ваша программа или лагерь – это макет, где доступна поразительная детализация и точное воссоздание всех будущих элементов, того, как они будут взаимодействовать в реальности.

Именно это возможно при формировании запроса.

Давайте разбираться в содержании каждого этапа, уточняя, почему этот вопрос стоит обсудить и услышать видение заказчика.

Над каждым вопросом следует предельно внимательно подумать, покопаться, поискать ответы, так как **все озвученные мысли, возможные опасения и несогласия лягут в основу разработки программы лагеря.**

Читая книгу дальше, переходя от главы к главе, вы будете наблюдать, как те вопросы, которые мы задаем на этапе снятия запроса, будут перекладываться на реальные шаги, технологии и планы подготовки лагеря.

СТРУКТУРА ЗАПРОСА НА РАЗРАБОТКУ ПРОГРАММЫ ЛАГЕРЯ

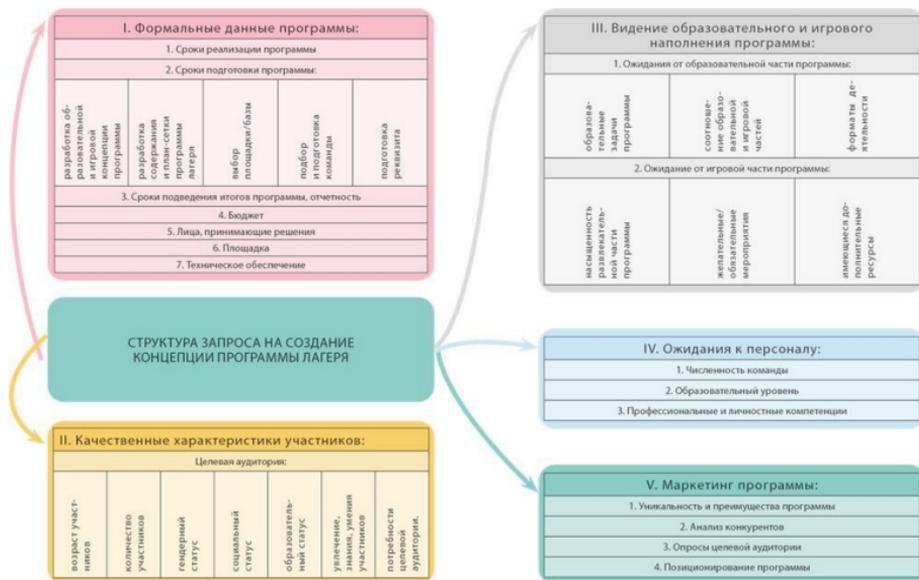


В Творческом Объединении #Шашники мы используем для работы следующую развернутую карту, помогающую проработать совместно с заказчиком каждый элемент, каждую деталь, которая потом будет «защита» в программу лагеря. Делимся с вами!

Начинаем с самого очевидного.

1 Формальные данные программы

Здесь мы описываем все имеющиеся на данный момент условия, в которых будет реализовываться программа лагеря. Формальные данные помогут очертить первые границы возможностей будущей программы.



Сроки реализации программы

Это период от момента запуска программы до ее оконча-

ния. Причем тут важно обозначить как целый период (например, июнь – август 2021 года), так и календарный период смен (например, 1-я смена – 14 дней с 1 по 14 июня, 2-я смена – с 17 июня и т. д.), чтобы далее планировать подготовительные работы к каждой из них отдельно.

Сроки подготовки программы лагеря

Программа существует во времени. Определяя сроки, в том числе и сроки подготовки, мы понимаем временные возможности и расставляем дальнейшие точки контроля. А также, обозначая сроки, мы можем при необходимости гибко ими управлять. Под обозначенные сроки далее мы подготавливаем все работы:

- разработка концепции программы;
- разработка ее содержания и план-сетки программы лагеря;
- подбор персонала и его подготовка;
- выбор площадки/базы;
- подготовка реквизита, включая его закупку и изготовление.

Бывает так, что мы учитываем только сроки самой программы, тогда как подготовка к лагерю считается чем-то сопутствующим. Такая позиция – большой риск! Мы планируем все работы, вписываем ключевые задачи в график, тем са-

мым предотвращая возможные просадки реализации задач. В нашей книге мы подробно остановимся на этом важном этапе подготовки к реализации программы, чтобы у вас сложилось понимание того, какие ресурсы максимально необходимо подготовить к запуску.

Сроки подведения итогов программы и формирования отчетной части

Фактическое окончание программы или окончание лагерных смен не означает окончания отношений между заказчиком и исполнителем. Подведение итогов работы, особенно если лагерь достаточно долгосрочный (например, пять смен), – это важный этап. Анализ проделанной работы позволяет выявить успехи и неудачи, чтобы на следующем круге взаимодействия учесть все достижения и скорректировать содержательную и организационную части программы.



Подведение итогов программы лагеря желательно

провести в двух разрезах.

А. Участники программы и их родители. Обратную связь по сервису и содержанию программы лагеря от участников будет актуально собрать в первую неделю после окончания. Сделать это можно через онлайн-опросники или телефонные интервью. Мониторинги, формы обратной связи, анкеты оцифруют результаты программы.

Б. Подведение итогов с командой реализаторов программы лагеря. Если вы работаете в долгосрочной перспективе и планируете привлекать эту же команду специалистов в следующие сезоны, то имеет смысл собрать впечатления от работы с вами, чтобы дальше проводить качественные изменения программы и лагеря в целом.

Уточните у заказчика, какие формы отчетности и в какой период потребуются по итогам завершения лагеря:

- финансовые документы;
- фото- и видеоархив;
- написание содержательных отчетов по итогам работы;
- написание индивидуальных характеристик участников;
- списание расходных материалов;
- опись реквизита и т. д.

Бюджет лагеря

Это то, в рамках каких финансовых возможностей мы

действуем и за какую цифру мы не заходим, т. е. какая «вилка» по бюджету есть на программу в целом или же на отдельный блок (закупки, подбор сотрудников и др.).

Сразу на старте обозначить точную сумму на конкретную позицию – это идеал. Будем готовы, что смету на программу и бюджет на те или иные позиции придется уменьшать или же вообще отказываться от чего-то. Всегда имейте варианты и дополнительные предложения. Например, один реквизит можно заменить на другой, более бюджетный, а какие-то позиции в аренде будут дешевле, чем в закупке.



Вопрос, связанный с финансовой частью, стоит обсудить с заказчиком тактично. Однако уточнить его рекомендуется, чтобы знать предположительные возможности.

Возможно, заказчик сам будет составлять бюджет программы. Но будьте готовы к тому, что вы все же осметите ряд работ.



Заложите в смету +20 % на случай форс-мажоров и непредвиденных расходов.

Кто принимает ключевые решения?

В том числе финансовые и содержательные решения по реализации и разработке программы. Это важно, чтобы сразу понимать, с кем и каким образом взаимодействовать в ходе подготовки программы лагеря. Здесь мы как разработчики будем знать, кто является центром согласования, каким образом с ним выстраивать коммуникацию, выясняем, какие центры ответственности лягут на команду заказчика, а какие останутся во внимании нас как разработчиков.



Время от времени уточняйте у заказчика, есть ли какие-то изменения в части взаимодействия и принятия решений. Чем ближе к сроку проведения лагеря, тем шире круг вопросов, возникает большое количество оперативных задач, решать которые может уже кто-то другой. Однако важно понимать, что стратегические и финансовые вопросы лучше решать непосредственно с ключевым лицом, тогда как сопутствующие задачи (текущие) можно обсуждать с линейными сотрудниками (менеджерами, администраторами). Главное – удостовериться, что это согласовано с заказчиком и находится в зоне их функциональных обязанностей и компетенций.

Площадка, где будет реализовываться программа

Здесь мы уточняем, где географически будет проходить программа, какие существуют условия и ограничения. Ес-

ли мы работаем над созданием образовательного лагеря, то желательно сразу уточнить, что для этого нам потребуется 10 учебных аудиторий или большая площадка для проведения массовых мероприятий. Будет грустно, если в содержание мы заложим сценарий подобной активности, а места для этого в лагере не предусмотрено. Конечно, важно поинтересоваться удаленностью от моря, города, на случай если вы задумаете проведение праздничного шествия в честь отплытия регаты.

Возможно, вы будете искать площадку для реализации вашей программы исходя из содержания, но это больше исключение, чем правило. Поэтому до начала разработки концепции составьте представление о территории и ее возможностях.

Или обратная ситуация. Сама площадка или база становится движком к дальнейшей разработке программы. Нам предлагают территорию на море с бунгало вдоль береговой линии. Такие условия можно «уложить» в игровую концепцию, создав подходящую для такого антуража метафору.



Лучше увидеть, чем рассказать. Лучше сфотографировать, чем запомнить. Договоритесь с владельцами площадки, где планируется реализовываться программа лагеря, о возможности экскурсии. Посмотрите все своими глазами, запишите видео для команды организаторов. Сама площадка откроет интересные возможности для интересных игровых поворотов. К тому же вы смотрите другими глазами, нежели заказчик.

Наличие технического обеспечения

Это то, какими техническими возможностями мы обладаем или чем не можем пользоваться. Опыт разработки и реализации программ лагерей помогает предположить, какая обязательная часть ТО будет требоваться: проекторы, телевизоры, видеокамеры и доступ к интернету. Уточняем, что уже есть в наличии, а что необходимо будет приобрести.

Теперь мы понимаем формальные данные. Уже есть первые границы, в рамках которых будет создаваться программа. Знание базовых возможностей сразу очерчивает для разработчиков области допустимого.



Все полученные формальные данные от заказчика сразу оформляем в таблицу, доступную для всех разработчиков. В процессе уточняйте у заказчика программы, есть ли какие-либо изменения, и сразу вносите в таблицу – актуальность информации помогает экономить время и не переделывать объемы уже созданного контента.



Прикрепляем пример этой таблицы, в которой содержатся формальные данные о программе.

**СРОКИ
ПРОГРАММЫ
ПО СМЕНАМ**

- Календарно: июнь — август
- 1-я смена: 8 июня — 28 июня
- 2-я смена: 1 июля — 21 июля
- 3-я смена: 24 июля — 13 августа

**СРОКИ
ПОДГОТОВКИ
ПРОГРАММЫ**

- Разработка концепции программы: март
- Разработка ее содержания и план-сетки лагеря: март-апрель
- Подбор персонала и его подготовка: апрель
- Выбор площадки/баз+ы: февраль
- Подготовка реквизита, включая его закупку и изготовление: апрель-май

**СРОКИ ПОДВЕДЕ-
НИЯ ИТОГОВ
ПРОГРАММЫ.
ОТЧЕТНОСТЬ**

- Для участников — в течение недели по итогам окончания программы
- Для организаторов — в течение двух недель с момента окончания программы
- Финансовая отчетность — в течение двух дней с момента закрытия смены

**БЮДЖЕТ
ПРОГРАММЫ**

- Разработка программы лагеря
- Подбор кадров
- Реквизитарий

**ЛИЦО,
ПРИНИМАЮЩЕЕ
РЕШЕНИЯ**

- Стратегические вопросы: заказчик — лично, директор базы — по необходимости
- Операционные вопросы — менеджер проекта со стороны заказчика

**ПЛОЩАДКА/
БАЗА**

- 90 км от Москвы, берег Оки, сосновый бор, палаточный лагерь, летний открытый кинотеатр

**ТЕХНИЧЕСКОЕ
ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

- Интернет
- В штабе: принтер, проектор, экран
- 6 плазм по отрядным уголкам
- Рации и т. д.

2 Целевая аудитория программы

Зачем описывать свою целевую аудиторию?

Чтобы в программе лагеря сразу сформировать то предложение, которое будет интересно именно этой аудитории. Заметим, что мы не ограничиваемся только количеством участников. Важно посмотреть на свою аудиторию максимально широко, попробовать описать участников будущей программы в 3D-модели. Чем лучше знаем КТО, тем ориентированнее будет содержательное наполнение, а значит, интерес к участию и вовлеченность в программу будут выше.

Вместе с заказчиком описываем, на кого рассчитан будущий лагерь.

Возраст участников программы лагеря

Подростки, разные возраста (от 6 и до 16–17), студенты первых курсов и т. д.

Предполагаемое количество участников

Планируйте нижнюю и верхнюю границы – от этого зависит разработка больших мероприятий и не только.

Гендерный статус

Юноши и девушки (кто и в каком соотношении), мальчики и девочки, семейные пары, «золотой возраст».

Качественные характеристики участников

- По их социальному статусу: семейные дети или дети-сироты, дети-инвалиды, дети из детских домов, малообеспеченные дети и т. д.
- По их образовательному статусу: школьники, студенты, специалисты с профессиональным образованием.



Уточните, какие могут быть дополнительные специфические характеристики участников. Например, одаренные дети или дети со специфическим родом занятия: спортсмены-дзюдоисты, танцоры; дети из малонаселенных северных регионов.

Чем увлекаются будущие участники программы, что знают, что умеют или не умеют?

Это достаточно сложно предположить, но, зная качественные характеристики, можно составить предполагаемую картину.

Так, например, если вы планируете лагерь для одаренных детей, то, скорее всего, сфера их интересов шире, чем у детей-сирот. Если ваша аудитория – спортсмены, то вы уже знаете, что их сфера интересов лежит вокруг того или иного вида спорта. А если это дети-сироты, то, скорее всего, у такой категории есть запросы на освоение социальных навыков.



Организуя лагерь для профильной аудитории, обязательно проведите, если это возможно, интервью с сотрудниками (педагогами, учителями, социальными работниками и т. д.), которые раскроют потенци-

ал участников программы лагеря. На основании более глубоких знаний об участниках мы дополним программу ценными и актуальными содержательными темами.

Какие их потребности может закрыть программа?

Посмотрите внимательно на этот вопрос. Суть его – запрос к образовательной части программы. Зная возрастные особенности аудитории, ее социальный анамнез, можно выделить ключевые потребности, которые в состоянии реализовать программа:

- потребность в межличностной коммуникации;
- потребность в профессиональном самоопределении;
- потребность в личностном самоопределении;
- потребность в развитии эмоционального интеллекта;
- потребность в развитии личных границ;
- потребность в развитии отношений со значимыми взрослыми и т. д.

Эксперты-разработчики, владея знаниями о возрастных потребностях и специфике контингента, готовы предложить перечень ключевых типичных психологических задач, возможных к реализации в лагере.

Внимательно стоит отнестись к описанию интересов и по-

требностей целевой аудитории. Понимание этого помогает повернуть контент программы лицом к участникам. Ведь потребность – нечто важное, ценное, интересное, а значит, то, что не позволит остаться безучастным.

Сложность заключается в том, что надо попытаться ответить исходя не из своего опыта, а из опыта участников. Иногда здесь заказчику действительно трудно, тогда активно подключаются разработчики, чей опыт взаимодействия с разными целевыми аудиториями (например, с подростковыми сообществами) гораздо шире.



Описание особенностей аудитории позволит уже на берегу проговорить, что реально уложить в содержательное наполнение программы лагеря, а что нет. Например, если планируется проведение театральной смены, а заказчик хочет, чтобы в итоге участники поступили в театральное училище, то это недостижимая за период смены задача. Частично подготовить детей к поступлению возможно, т. е. отработать часть задач.

Это своего рода обратная связь с заказчиком, ответ на то, что в силах взять на себя программа, а что точно нет.



В вашу копилку образцов и шаблонов добавляем пример снятого запроса о целевой аудитории программы лагеря.

ВОЗРАСТ	От 7 до 14 лет
КОЛИЧЕСТВО	<ul style="list-style-type: none"> • От 300 до максимальной вместимости базы — 400 чел.; • 12 отрядов по 25–30 чел.; • младшие отряды — не больше 60 чел.; • старшие-средние — приблизительно 300 чел.
ГЕНДЕР	Мальчики/девочки — 50/50
УВЛЕЧЕНИЯ, ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ	Футбол, рукоделие, моделирование, парикмахерское дело, шитье
КАЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ УЧАСТНИКОВ	Дети-сироты из региональных детских домов, от младших школьников до старшеклассников (2-й класс — 10-й класс)
ПОТРЕБНОСТИ УЧАСТНИКОВ	<p>Ключевые потребности:</p> <ul style="list-style-type: none"> • потребность в безопасном окружении; • потребность в ощущении принадлежности к общности и в принятии; • потребность быть признанным; • потребность в социализации



Мы уже проделали хорошую работу. Массив информации собран.

Теперь мы понимаем временные границы программы,

знаем, в каких условиях она будет реализовываться, выяснили, кто будут наши потенциальные участники, каковы их интересы. Двигаемся дальше.

3 Видение образовательного и игрового наполнения программы лагеря

Этот этап исследования лучше организовать как отдельную сессию с заказчиком. С нашей точки зрения, это ключевой момент на этапе работы по формированию запроса. Именно здесь вырисовывается ожидаемый и желаемый результат образовательной, игровой и кадровой частей будущей программы лагеря.

Отвечая на пул вопросов ниже, сложно сразу нащупать нужные формулировки и «правильные» ответы. Тем не менее обращайте внимание даже на микрореплики, которые появляются в ходе общения. Сформулированное видение конечного результата – это как ориентир: туда ли мы движемся, тому ли будем учить, то ли делаем. Главное, чтобы в формулировании видения участвовали все ключевые лица программы: сам заказчик (или лично вы в роли прямого заказчика программы), ключевые исполнители, если уже есть (директор лагеря, руководитель анимационной команды, координатор образовательной части программы). Участие всех действующих лиц даст более широкое представление об ожидаемом результате, а также сразу отсекает все, что будет невозможно реализовать по тем или иным причинам.

Мы рекомендуем выполнить упражнение и подумать над вопросами, содержащимися в нем, по нескольким причинам. Во-первых, это покажет общий тренд – куда двигаться. Во-вторых, знание направления и понимание, почему это так важно заказчику, позволит в разработке программы расставить нужные акценты, усилить содержание тем, что будет работать на достижение цели.



Предлагаем вам сделать несколько «подходов» к формированию цели с помощью специального упражнения – это поможет вам понять, насколько она органична и нет ли в ней внутренних противоречий.

<https://shashniki.com/formirovanie-czeli-programmy/>



В Творческое Объединение #Шашники обратился HRD одной промышленной компании. Запрос был на создание программы лагеря для детей сотрудников. Такой проект реализовывался компанией впервые, и со стороны заказчика не было понимания, как должно быть «правильно». В ходе работы над запросом мы выяснили, что глобальная цель всего лагеря – это рассказать детям сотрудников о том, какая нужная и сложная работа у их родителей, именно поэтому многие родители не часто бывают дома, работают по выходным, а кто-то вахтовым методом. Еще одной целью программы было познакомить детей с профессиями родителей. **Заказчик озвучил, что по итогам программы лагеря дети должны быть «гордыми», что их родители работают в компании.**

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.