

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ «PR – компания для молодежи – секреты успеха»

ВВЕДЕНИЕ

Для активной работы и планированию работы с молодежью, привлечению к своему делу максимум внимания, придать ему яркость и охватить большое количество людей проведение PR мероприятия очень целесообразно. В этих методических рекомендациях рассмотрены, какие виды PR-мероприятий для молодежи существуют, каким образом их можно воплотить и на какие аспекты следует обращать особое внимание при их планировании и проведении.

При организации PR-кампании нам понадобятся хорошие организаторские способности, креативность в подходе и смелость в исполнении.

Разработка любого мероприятия, описанного далее, будет проходить в несколько этапов.

НАХОЖДЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОВОДА

Таким поводом могут стать, например, День здоровья, День молодежи, День борьбы со СПИДом и др.

Выработка послания мероприятия. Вы должны ответить на вопросы: кто является вашей целевой группой, кому ваше мероприятие будет адресовано, и четко сформулировать, что вы хотите сказать целевой аудитории. Затем вы сможете определить, в какой форме вы будете воплощать свое послание.

После того как вы определились с формой проведения, нужно разработать **ход/план мероприятия**: кто будет участвовать, что и где будет происходить, какое специальное оборудование понадобится, сколько людей нужно задействовать в подготовке, какие печатные материалы необходимы и, конечно, примерный бюджет.

Далее важно заручиться поддержкой властей, например, управления образования, комитета по делам молодежи, комитета по туризму и спорту. Они могут стать важными **стратегическими партнерами**, способными оказать вам как административную и организационную, так и финансовую или материальную поддержку.

Чтобы привлечь максимальное внимание к проводимому вами мероприятию, найдите **информационного партнера**, а лучше несколько. Согласуйте с ними план выпуска публикаций, заметок, новостей, печатных интернет-баннеров о мероприятии. Накануне мероприятия разошлите пресс-релиз во все СМИ города, если мероприятие крупное, организуйте пресс-конференцию. После мероприятия нужно опубликовать пост-релиз и фотоотчет.

Всех партнеров следует упомянуть в печатной, рекламной продукции мероприятия или во время самого мероприятия.

Наконец, когда вся предварительная работа закончена, нужно написать **точный сценарий** и **календарный план действий** для его осуществления.

Рекламная поддержка вашего мероприятия крайне важна. Помимо материалов, которые будут распространяться через информационных партнеров, можно напечатать и разместить в городе (в селе) наружную рекламу: большие уличные щиты и сити-

форматы на остановках; афиши разного формата для учебных заведений, клубов, для размещения в транспорте; пригласительные листовки для раздачи в вузах или для педагогов, которые могут помочь вам привлечь своих учеников; информационные сообщения и ролики на радио, видеоролики для экранов магазинов города.

Волонтеры могут пригодиться на разных этапах подготовки: от поиска идеи мероприятия (обычно молодые люди много знают о модных тенденциях и формах мероприятий, они могут подсказать вам и место проведения – клуб, неформальные места встреч, подсказать интересные «фишки» и т.п.) до его воплощения.

АКЦИЯ

Акция – ограниченное во времени, как правило, публичное действие, направленное на достижение общественно значимой цели или демонстрацию собственной позиции для активного воздействия на общественное сознание.

Качество и оригинальность акции зависят только от вас. Придумывайте различные способы проведения мероприятий! Вы можете организовать шествие, пикет, музыкальный концерт, уличное театрализованное представление и т.п. Все эти действия должны сопровождаться раздачей тематических листовок, проведением опросов, раздачей символов акции (например, красных ленточек ко Дню борьбы со СПИДом). Акция будет более эффективной, если вам удастся вовлечь в нее сограждан: придумайте для прохожих какое-либо действие. Можно предложить, к примеру, сделать из бумаги какой-либо символ (тюльпан, гвоздику, голубя), написать на нем пожелание и в результате сделать дерево из бумажных поделок. Детям и подросткам можно предлагать рисовать мелками на асфальте картинки, например, на тему здоровья, в итоге у вас получится огромное яркое полотно. Можно попросить людей приносить что-то в знак солидарности с вами (например, в День памяти людей, погибших от СПИДа, люди приносили старую обувь, из которой был сооружен монумент, символизирующий ушедших от нас людей). Все это поможет вашей акции стать запоминающейся, фотогеничной и привлекательной для журналистов и участников. Не забудьте заранее оповестить о готовящейся акции журналистов.

В своей работе также можно использовать немассовые акции: тематическое разрисовывание стен и заборов, расклейка плакатов, вывешивание транспарантов в людных местах, выкладывание послания акции цветами на клумбе и т.п.

Акции в клубных мероприятиях привлекательны тем, что основное событие, интересное для молодежи, уже есть, вам остается только договориться с организатором и внести в него свой социальный элемент. Например, во время дискотеки, время от времени, можно показывать видеоролики социальной рекламы, а во время затишья даже небольшие документальные фильмы.

Можно провести различные мини-акции: против курения, обменивая сигареты на конфеты; людям, покупающим во время акции безалкогольные напитки, раздавать небольшие призы. Среди посетителей можно организовать опрос, провести анкетирование, чтобы актуализировать для них какие-либо проблемы, можно вовлечь их в деятельность, просить что-то писать, придумывать лозунги, «кричалки», вырезать из бумаги, участвовать в конкурсах и т.п. Параллельно среди посетителей нужно распространять информационные материалы.

ФЕСТИВАЛЬ

Фестиваль (фр. festival, от лат. festivus– праздничный) – массовое празднество, показ (смотр) достижений музыкального, театрального, эстрадного, циркового или киноискусства. **Фестиваль** может объединять ряд разнообразных мероприятий, посвященных одной тематике.

Отдельно отметим вид фестивалей, демонстрирующих единственный вид искусства, например, **кинофестивали, театральные фестивали и т.п.** Кинофестивали позволяют добиться большой массовости, охватить, например, практически все учебные учреждения города. Яркое и эмоциональное событие, скорее всего, заинтересует молодежь, но на организаторов ляжет серьезная ответственность по подбору правильного репертуара. Спрогнозировать воздействие фильма не всегда удастся, молодой человек может прийти к нужному организаторам выводу, а может и не понять, зачем он это смотрел, или неверно интерпретировать увиденное.

Перед демонстрацией художественного фильма можно показать несколько роликов социальной рекламы и/или короткий социально значимый фильм. Заключительное слово после просмотра фильма говорят организаторы мероприятия, на выходе волонтеры раздают листовки, проводят опрос/анкетирование.

Фестиваль может стать не просто демонстрацией, но и конкурсом творческих работ. Это может быть фестиваль благотворительных проектов, фестиваль социальной рекламы, интернет-проектов, фестиваль искусств и творческой деятельности, фестиваль молодежных инициатив и др. В этом случае присуждаются звания, например, лауреат фестиваля и победитель фестиваля, которым вручаются дипломы и ценные призы. Конкурсная форма фестиваля поможет вам вовлечь молодежь в активную деятельность.

ТОК-ШОУ

Ток-шоу (от англ. talkshow – разговорное шоу) – телепередача, в которой один или несколько приглашенных участников ведут обсуждение предлагаемых ведущим тем. Как правило, при этом присутствуют зрители.

Несмотря на то, что преподаватели в школе, работники профилактических центров вполне способны дать молодому человеку квалифицированные советы, часто молодые люди не прислушиваются к ним. Именно в этой проблемной ситуации нам на помощь может прийти формат любимого подростками ток-шоу. В доступной и увлекательной форме вы можете обсудить самые насущные для ребят вопросы, создать в рамках ток-шоу такие условия, в которых герои беседы своим примером, авторитетом или негативным опытом помогут целевой группе разобраться в теме. В персонажах шоу люди узнают себя, своих соседей по лестничной площадке, школьных друзей, а проблемы, обсуждаемые на ток-шоу, близки аудитории. Поэтому организуя мероприятие, важно пригласить интересных, а самое главное авторитетных героев из молодежной среды, способных увлечь подростка своим рассказом. Не менее важна роль ведущего ток-шоу. После каждого животрепещущего рассказа и не менее активного обсуждения проблемы героя ведущий должен ненавязчиво резюмировать и высказывать тезисы, обращая внимание аудитории на то, что действительно важно. В студию нужно пригласить эксперта, который смог бы квалифицированно разъяснить трудные ситуации и вовремя проиллюстрировать беседу статистикой и примерами.

Можно провести ток-шоу и не на телевидении, а в большом клубе или в учебном заведении, перенеся происходящее из телевизионной студии на сцену. Зрители в этом случае получают возможность непосредственно участвовать и задавать вопросы.

ДЕБАТЫ

Дебаты – излюбленная игра школьников. Чаще всего дебаты проходят в виде турнира, который состоит из серии игр, в каждой игре спорят две команды. У дебатов есть своя тема, у команд – две противоположные точки зрения на эту тему. В каждой команде есть три спикера, которые и пытаются убедить нейтральных судей в том, что мнение именно их команды является единственно правильным. Для этого они защищают свою позицию с помощью аргументов и опровергают аргументы своих оппонентов. В конце дебатов судьи выносят свое решение о том, какая команда была наиболее убедительной.

С помощью дебатов можно увлекательно поговорить о темах, которые важно обсудить. Причем точки зрения на тему (как верную, так и неверную) вы заранее планируете, например: «Стоит дружить с ВИЧ-инфицированными людьми, это не опасно, ВИЧ-инфекция не передается в быту» и «Дружить с ВИЧ-инфицированными людьми опасно, они могут тебя заразить».

Однако у этого метода есть один существенный недостаток – результат игры зависит не от фактов, а от умения их излагать. То есть жюри может принять решение о победе неверной точки зрения, присудив команде больше баллов за ораторское искусство и умение структурировать материал.

Надо добавить, что это экономичный вид мероприятия, благодаря которому удастся охватить большое количество участников.

ФЛЕШМОБ

Флешмоб – заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей (мобберы) внезапно появляется в общественном месте, в течение нескольких минут выполняет заранее оговоренные действия абсурдного (неуместного в данной обстановке) содержания и затем быстро расходится в разные стороны, как ни в чем не бывало.

Флешмоб все чаще используют общественные организации и политические партии. Его целью может быть привлечение внимание к общественной проблеме.

Например, группа людей может внезапно появиться перед зданием администрации, музея, общественной организации, быстро выполнить некое действие – забросать цветами или туалетной бумагой, замереть, закричать, задать один вопрос, подать прошение и – исчезнуть!

Плюс этого мероприятия заключается в том, что оно проводится несанкционированно и может быть быстро спланировано в ответ на какие-то требующие немедленной реакции события. При этом проходит зрелищно, легко запоминается, любимо прессой, позволяет вовлечь любое количество людей.

Плюсы флешмоба одновременно являются и его минусами: чтобы добиться эффекта, нужно вовлечь как можно больше людей, если в акции будет участвовать 1-2 человека, она провалится. То есть должна быть разработана специальная четкая система оповещения людей, готовых принимать участие в таких акциях (например,

ваших постоянных волонтеров, участников тренингов, друзей, знакомых и др.), которые могут в любой момент среагировать на приглашение. Обычно это делается через Интернет в социальных сетях или в сообществе флешмобберов. Не стоит также забывать, что поскольку мероприятие не санкционировано, участники флешмоба рискуют быть задержанными правоохранительными органами, что может доставить серьезные неприятности как самим участникам, так и организаторам акции.

Продумывая сценарий, постарайтесь совместить необходимость достижения общественно значимых целей и основной принцип флешмоба – его абсурдность и необычность. Иначе флешмоб рискует превратиться в рядовую акцию.

Детали правил могут варьироваться, что предварительно оговаривается в сценарии акции.

Конечно, существуют и другие формы мероприятий для работы с молодежью, а сценарии могут иметь сотни разных версий. Рецепт вашего успешного «блюда» примерно таков:

- **актуальность** – решайте насущные проблемы, которые будоражат умы сегодня;
- **креативная идея** – людям должно быть интересно, они не должны скучать;
- **массовость** – чем больше людей вовлечено, тем больше ваша акция запомнится;
- **межсекторальность** – стремитесь, чтобы на одной площадке трудились не только общественники, но и государственные структуры и бизнес-сообщество – это дает больше ресурсов, охвата и возможностей;
- **реклама и PR** – расскажите о себе всему миру, вам есть чем гордиться – не забывайте делать предварительную рекламную кампанию и всегда приглашать журналистов.

ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ

Любое мероприятие имеет форму и содержание. И, конечно же, любое мероприятие имеет название. Если составить перечень мероприятий, которые проводятся сегодня, то получится список, насчитывающий несколько сотен пунктов. Но при внимательном изучении этого списка можно обнаружить, что, при всем разнообразии названий, в основе большинства мероприятий лежат одни и те же формы. В различных по форме мероприятиях нередко заключено одно и то же содержание. Например, «аукцион исторических знаний» и «аукцион географических знаний» — это одна и та же форма, наполненная различным содержанием. А «экологический эрудит» и «экологический десант» — две совершенно разные формы, имеющие сходное содержание.

Ведь для успешного проведения мероприятий нужно лишь знать существующие формы и уметь наполнить эти формы каждый раз нужным содержанием.

Все мероприятия организуются по одной технологии, по одному алгоритму (определенная последовательность действий), который изменяется в зависимости от формы мероприятия.

ЭТАПЫ ОРГАНИЗАЦИИ МЕРОПРИЯТИЯ

1. *Предварительная работа организатора.*

Предварительная работа начинается со сбора информации, необходимой для планирования в дальнейшем. Это выяснение финансовых вопросов, организационных, формирование организационной группы, подготовка необходимых документов.

2. *Коллективное планирование.*

Пишется план подготовки мероприятия. В него входит распределение обязанностей в коллективе. Невозможно сделать хорошее мероприятие в одиночку. Грамотное распределение обязанностей поможет не только организаторам в проведении мероприятия, но и даст возможность проработать более тщательно все направления деятельности.

3. *Коллективная подготовка.*

Проработка по направлениям включает анализ всех возможных надобностей и рисков. Важно учитывать все обстоятельства организации своего направления. Важно так же согласовывать свои действия с другими направлениями, для того чтобы учитывать все изменения, которые могут произойти в процессе работы.

4. *Проведение мероприятия.*

Для проведения мероприятия нужно набирать столько людей, сколько потребуется. Не стоит «экономить» на ответственных за световое оформление, на людях умеющих грамотно работать с проектором, на работниках сцены, дежурных в зале и на многих прочих людях, которые помогут вам сделать мероприятие на высшую оценку.

5. *Подведение итогов (анализ дела).*

Этот пункт необходим не только для руководителя мероприятия, но и для всех участников. Подведение итогов можно проводить в различных формах. Например, это может быть дискуссия или анкетирование. Форма анализа мероприятия выбирается руководителем на его усмотрение, и в зависимости от того, какие результаты ему нужно получить. Так, например, при анкетировании можно выяснить те вопросы, на которые открыто ответить смогут не все участники. Так же можно комбинировать различные формы, для получения более полной информации о прошедшем мероприятии.

Вот список стандартных вопросов, которые можно включить в анкетирование.

- что понравилось?
- что получилось особенно хорошо?
- что можно было сделать лучше?
- что предусмотреть в следующий раз?
- что не удалось осуществить и почему?
- что предлагаем на будущее?

ФОРМЫ МЕРОПРИЯТИЙ

Костромская педагогическая школа предлагает в качестве основания для типологии способы передвижения участников. В этом случае выделяются три основных типа форм: статичные, статично-динамичные, динамико-статичные.

Примерами статичных форм(представлений) являются линейка, митинг, КВН, концерт, спектакль, лекция, фронтальная беседа (в том числе совещание, планерка, собрание коллектива), просмотр кино-, видео-, телефильма. Кратко охарактеризуем перечисленные формы.

1. Линейка – ритуальное представление, предполагающее построение участников на какой-либо площадке. Выход на линейку имеет второстепенное значение. Функции субъектов взаимодействия следующие: ведущий линейки (находится в центре внимания), выступающие (с монологами или короткими представлениями выходят в центр внимания), зрители, исполнители ритуальных действий. Содержанием взаимодействия является формирование эмоционально – ценностного отношения к чему-либо и получение какой-либо информации. Важным представляется замечание о том, что происхождение линейки связано с построением войск.

2. Митинг – представление, предполагающее демонстрацию тех или иных взглядов, позиций в виде монологических выступлений отдельных ораторов.

3. Спектакль – представление, предполагающее демонстрацию выступающими для зрителей целостного театрального действия.

Разновидностями спектакля являются устный журнал (газета), выступление агитбригады. Это представление какой-либо информации (актуальных проблем) в художественной форме. Спектакль предполагает реализацию участниками таких функций, как актеры (выступающие) и зрители. В театральном сценарии – пьесе заложено развитие сюжета: завязка, восхождение, кульминация, развязка. Поэтому организатору следует учитывать заложенный пьесой эмоционально – содержательный алгоритм.

4. Концерт – представление, предполагающее демонстрацию выступающими для зрителей художественных номеров (танцы, песни, театральные миниатюры и т.д.).

5. Лекция – представление, предполагающее изложение в виде монолога совокупности взглядов на какой-либо предмет.

6. Фронтальная беседа (в том числе «Встреча с интересным человеком», «Орлятский огонек») – специально организованный диалог, в ходе которого ведущий руководит обменом мнениями по какому-либо вопросу (проблеме). Фронтальная беседа может быть организована с использованием игры. Например, *урок* («Урок творчества», «Урок фантазии» и т.д.) имитирует школьный урок, где ведущий играет роль учителя, остальные участники – учеников; правила такой игры соответствуют правилам обычного школьного урока.

7. Диспут – специально организованное представление, предполагающее демонстративное столкновение мнений по какому-либо вопросу (проблеме).

8. Дискуссия (в том числе совещание, планерка, собрание коллектива) – специально организованный обмен мнениями по какому-либо вопросу, проблеме для получения информационного продукта в виде решения.

9. Просмотр кино-, видео-, телефильма, спектакля – представление, в ходе которого участникам демонстрируется зрелище, подготовленное профессионалами. В данной форме присутствует только одна функция субъектов взаимодействия – зритель.

10. Представление-соревнование (конкурс) – представление, предполагающее демонстрацию зрителям соревнования между участниками, в чем - либо. Разновидности: конкурсная программа на сцене, спортивные игры на площадке. Эта форма достаточно популярна (КВН, рыцарский турнир). Спортивные игры могут быть как традиционными, так и шутивными.

Все эти формы объединяет то, что организация пространства в них предполагает ярко выраженный центр внимания (сцену, трибуну, спортивную площадку и т.д.), характер действий участников определяется их функциями выступающих или зрителей, даже если в ходе действия происходит обмен этими функциями.

Второй тип форм – *статично-динамичный*. К этому типу можно отнести ярмарку, субботник, изготовление выставки, газеты, подготовка к представлению в кругу, ситуационно-ролевою игру, вечер общения в импровизированном кафе, продуктивную игру.

Характерной чертой этого типа форм является то, что одного центра внимания здесь нет. Центры внимания разбросаны по площадке, и каждый участник может выбирать их по вкусу, либо центр внимания перемещается согласно алгоритму данной формы.

11. Ярмарка (народное гуляние) – развернутое на определенной площадке совместное развлечение, предполагающее вовлечение участников в различные аттракционы.

Ярмарке присуще:

- **Свободное движение участников по всему пространству**, где расположены аттракционы. Вовлечение в аттракционы обычно обеспечивается традиционным образом: за участие выдаются жетоны, которые можно обменять на что-либо вкусное или полезное. Можно развернуть, и целую экономическую игру. Можно тратить свои жетоны, получая за них карточки со словами. Тот, кто сможет собрать, из полученных слов, целую фразу или несколько фраз, становится победителем и получает специальный приз.

- **Аттракцион** – это специфический конкурс, не требующий особых умений и длительного времени на выполнение задания.

- Ярмарка начинается общим сбором, где объясняются правила игры, могут быть названы призы, которые ждут участника, набравшего наибольшее число жетонов.

- Финал ярмарки может проходить в виде аукциона – распродажи, где участники на оставшиеся у них жетоны приобретают памятные призы и сувениры.

Ярмарка включает:

- Общий сбор, который может сопровождаться линейкой, карнавальным шествием;

- Свободное движение участников по площадке;

- Свободный выбор аттракциона и участие в нем;

- Финальный сбор, с аукционом и без него.

12. Субботник (трудовая акция) – ограниченная по месту и времени специально организованная предметно – практическая трудовая деятельность людей.

13. Изготовление выставки (газеты, книги, летописи и т.д.) – специально организованная деятельность по созданию экспонатов или информационного продукта для последующей демонстрации.

14. Подготовка к представлению – специально организованная совместная деятельность по придумыванию, разработке и реализации замысла какого-либо представления. Каждый этап может быть выделен как отдельная форма работы.

15. Представление в кругу – ритуальное развлечение, которое разворачивается вокруг какого-либо предмета (новогодняя елка, костер и т.п.), предполагающее перемещение участников по кругу.

16. Ситуативно-ролевая игра – это специально организованное соревнование в решении задач взаимодействия и в имитации предметных действий участников, исполняющих строго заданные роли в условиях вымышленной ситуации, регламентированное правилами игры.

17. Вечер общения в импровизированном кафе - специально организованное на одной площадке развлечение, имитирующее застолье. Разновидности: «вечеринка», «посиделки», «салон», «клуб», «прием», «ассамблея».

18. Продуктивная (инновационная) игра – совместная деятельность по созданию информационного продукта, предполагающего обмен мнениями. В том числе и специально организованное их столкновение, демонстрацию промежуточных результатов. Как правило, алгоритм продуктивной игры включает следующие процедуры: общий сбор-старт (постановка проблемы, объяснение правил), работа по группам, общий сбор-финиш (подведение итогов).

19. Танцевальная программа – дискотека с конкурсами, призами.

Все формы мероприятий, перечисленные выше, давно и прочно утвердились в нашей работе. И все мы хотя бы раз проводили или участвовали в подобных мероприятиях.

Приглашайте для работы молодежь, создавайте инициативные группы, комбинируйте различные формы, экспериментируйте с наполнением ваших мероприятий. Пусть они будут неповторимыми и яркими!

ФОРМЫ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ С ДЕТСКИМ ОБЪЕДИНЕНИЕМ

Издание предназначено для методистов, педагогов-организаторов молодежных центров и учреждений дополнительного образования, классных руководителей, заместителей директоров школ по воспитательной работе, студентов педагогических вузов, учащихся педагогических классов. Автор представляет двадцать пять форм воспитательной работы с детским объединением, излагает свой взгляд на их возникновение.

ПРЕДИСЛОВИЕ

Предлагаемое Вашему вниманию издание представляет собой попытку осмыслить многообразие форм воспитательной работы с детским объединением. В связи с неоднозначной трактовкой понятия, мы отказались от употребления термина «детский коллектив». Понятие «детское сообщество» не является еще общепотребительным, поэтому мы избрали словосочетание «детское объединение». Детское объединение в данной работе мы трактуем достаточно широко, включая сюда и класс общеобразовательной школы, и временный коллектив загородного детского центра, и клубное сообщество детей учреждения дополнительного образования.

В основу данной работы положено осмысление опыта практической воспитательной работы, анализ методической деятельности, научные изыскания отечественных педагогов. По нашему глубокому убеждению материал, изложенный здесь, является составной частью педагогической технологии.

«Воспитательное мероприятие — это относительно завершенная совместная деятельность детей в определенный фиксированный промежуток времени, организованная педагогами с определенной воспитательной целью.»

Опираясь на высказанные ранее подходы, мы полагаем, что сущностными признаками формы воспитательной работы являются:

- участники деятельности (лица или группы лиц), выполняющие какие-либо точно установленные функции — организаторов, выступающих, зрителей и т.д.;
- педагогические задачи, которые можно решить при помощи данной формы (потенциал формы, ее содержательность);
- организация времени (фиксированный промежуток времени проведения формы);
- набор актов, ситуаций, процедур;
- порядок действий (алгоритм);
- организация пространства.

Сказка о трехколесном велосипеде

Недалеко от волшебного леса жили-были люди в деревне. Однажды поздним вечером в одну из крайних изб постучался волшебник, он очень устал и попросил остаться на несколько дней передохнуть, чтобы продолжить свой путь. Выглянул он утром из окна — солнышко встает, девушки деревенские за грибами пошли. Прошептал что-то чародей на непонятном языке и, прямо из воздуха, появилось сказочное колесо.

Вышел волшебник прогуляться по улице — видит, мужики всей деревней на сход собираются. Вот на возвышение поднялся староста, речь говорит, народ затылки чешет, перешептывается. Посмотрел, посмотрел волшебник на все это действие и сотворил еще одно колесо.

Пока ходил гость по деревне, по сторонам смотрел, уж смеркаться стало. Молодежь разложила на берегу реки большой костер, стали парни с девушками хороводы водить. Понравились игры и забавы волшебнику, он возьми да произнеси заклинание. Тут откуда ни возьмись катится третье колесо.

Отдохнул, чародей в деревне, новых сил набрался, а на следующий день, перед тем как попрощаться с гостеприимными хозяевами, собрал странник три колеса и соорудил из них чудо игрушку — велосипед. «Это говорит вашим деткам останется, чтобы играли, играли да уму разуму учились!»

«Защита» — каждая группа (каждый школьник) выступает, действует сама по себе, а объединяет участников только общая тема.

«Эстафета» — совместно-последовательная деятельность. Группы (школьники) выступают, действуют в последовательности, определяемой сюжетом, сценарием, правилом.

«Бой» — соревнование между группами, школьниками, в частности взаимообмен заданиями (классический пример — КВН),

«Хеппинг»- одновременное взаимозависимое действие школьников, групп без зрителей. Примеры: карнавал, инсценировка, всеобщая ролевая игра [34, с. 117].

Содержанием взаимодействия при таком подходе будут выступать результаты воспитательной работы: познание, осознание, проблематизация, приобретение опыта деятельности, формирование эмоционально-ценностных отношений, развлечение — отдых.

Формы-представления в воспитательной работе

Примерами **статичных форм (представлений)** являются: линейка, митинг, КВН, концерт, спектакль, лекция, фронтальная беседа, диспут, дискуссия, просмотр кино-, видео-, телефильма. Все эти формы объединяет то, что организация пространства в них предполагает ярко выраженный центр внимания (сцена, трибуна, спортивная площадка и т.п.), характер действий участников определяется наличием выступающих и зрителей, даже если в ходе действия происходит обмен этими функциями.

1. Спектакль — представление, предполагающее демонстрацию выступающими для зрителей целостного театрального действия. Спектакль предполагает реализацию участниками таких функций, как актеры (выступающие) и зрители. В самом театральном сценарии (пьесе) заложено развитие сюжета: завязка, восхождение, кульминация, развязка. Поэтому педагогу-организатору следует учитывать заложенный пьесой эмоционально-содержательный алгоритм. Спектакль может проходить не обязательно в зрительном зале.

2. Концерт — «публичное исполнение музыкальных произведений, возможно в сочетании с хореографией, декламацией и другими номерами». Другими словами,

концерт- это, представление, предполагающее демонстрацию выступающими для зрителей художественных номеров (танец, песня, театральная миниатюра и др.).

Несмотря на широкую известность концерта как формы воспитательной работы, позволим себе обратить внимание на такую деталь, как ритм совместного действия. Если в спектакле он основывается на алгоритме, заложенным автором пьесы, то сложность концерта как раз и состоит в том, чтобы разные номера выстроить в последовательные части: завязка, развитие, кульминация, развязка и финал. В последнее время часто устроители шоу программ используют в качестве финала сейшен — финальную песню, которую поют все участники по строчке или куплету.

3. Представление-соревнование (конкурсная программа на сцене или на площадке) — представление, предполагающее демонстрацию зрителям соревнования между участниками в чем-либо.

4. Лекция (публичное выступление) — представление, демонстрирующее в виде монолога совокупность взглядов по какому-либо вопросу.

5. Фронтальная беседа («Встреча с интересным человеком», «Орлятский огонек») — специально организованный диалог, в ходе которого ведущий руководит обменом мнениями по какому-либо вопросу (проблеме). Фронтальная беседа может быть организована с использованием игры. Например: урок («Урок творчества», «Урок добра», «Урок фантазии» и т.п.), имитирующий школьное аудиторное занятие.

6. Митинг — собрание для обсуждения каких-либо значимых вопросов, предполагающее демонстрацию взглядов в виде устных монологических выступлений отдельных ораторов.

7. Диспут — специально организованное представление в ходе которого происходит демонстративное столкновение мнений по какому-либо вопросу (проблеме).

8. Дискуссия (в том числе совещание, планерка, собрание коллектива)-специально организованный обмен мнениями по какому-либо вопросу (проблеме) для получения информационного продукта в виде решения.

9. Защита проектов — представление в ходе которого участники или группы демонстрируют какие-либо проекты. Достаточно популярной является такая разновидность этой формы как «Защита фантастических проектов». Функции участников взаимодействия: ведущий, зритель-коммуникатор, демонстратор. защите проектов обязательно предшествует такая форма как подготовка к представлению — придумывание, разработка и оформление проекта.

10. Ярмарка (народное гуляние) — развернутое на определенной площадке совместное развлечение, предполагающее вовлечение участников в различные аттракционы.

Во-первых, это свободное движение участников по всему пространству, где расположены площадки — аттракционы. Вовлечение в аттракционы обычно обеспечивается следующим образом: за участие в аттракционах выдаются жетоны, которые можно обменять на что-либо вкусное или полезное. Существует возможность развернуть целую экономическую игру.

Во-вторых, следует определить специфику аттракциона как специфического конкурса, не требующего особых умений, длительного времени на выполнение задания.

В-третьих, ярмарка обычно начинается общим сбором, где объясняются правила игры, могут быть названы призы, которые ждут участника, набравшего наибольшее число жетонов.

В-четвертых, финал ярмарки может проходить в виде аукциона — распродажи, где участники смогут освободиться от оставшихся у них жетонов, приобретая памятные призы и сувениры.

Алгоритм проведения ярмарки включает в себя:

- общий сбор, который может сопровождаться линейкой, карнавальным шествием,
- свободное движение участников по пространству,
- свободный выбор аттракциона и участие в нем,
- финальный сбор, с аукционом или без него.

11. Представление в кругу — ритуальное развлечение, которое разворачивается вокруг какого-либо предмета (новогодняя елка, пионерский костер и т.п.), предполагающее перемещение участников по кругу.

12. Танцевальная программа (дискотека) — специально организованное на одной площадке развлечение, предполагающее танцы. Существует разновидность танцевальной программы включающая соревновательность — это, так называемый «Стартинейджер».

13. Субботник (трудовая акция)- ограниченная по месту и времени специально организованная предметно-практическая трудовая деятельность детей.

14. Ситуационно-ролевая игра как форма воспитательной работы — это специально организованное соревнование в решении задач взаимодействия и в имитации предметных действий участников, исполняющих строго заданные роли в условиях вымышленной ситуации, и регламентированное правилами игры.

Формы воспитательной работы типа «путешествие»

К этому типу мы относим такие известные формы, как игра-путешествие, экскурсия, поход, парад (карнавальное шествие). Источником возникновения такой разновидности форм являются путешествия как таковые: выход на охоту, поездка на ярмарку, путешествие на богомолье, на заработки, переселение на новые земли и так далее.

15. Игра-путешествие имеет и другие названия «маршрутная игра», «игра на преодоление этапов», «игра по станциям», «игра-эстафета». Мы прибегли к определению С.П. Афанасьева, так как он кажется наиболее удачным. Назначение игры-путешествия вариативно: эта форма может использоваться:

- для информирования воспитанников;
- служить средством отработки каких-либо умений (организаторских, коммуникативных, решать изобретательские задачи и др.);

- предназначаться для контроля соответствующих знаний, умений и навыков, в этом случае она может проводиться с использованием соревнования между командами участницами;
- способствовать осознанию взглядов, отношений или ценностей через «проживание» воспитывающих ситуаций,
- организации коллективного планирования деятельности коллектива.

Таким образом, алгоритм проведения игры-путешествия включает в себя:

1. Подготовку участников к восприятию игры-путешествия.
2. Сбор- старт.
3. Движение команд по маршруту.
4. Участие команд в организуемой на площадках деятельности
5. Сбор-финиш.
6. Организация последствий.

16. Экскурсия — специально организованное передвижение участников с целью демонстрации им какой-либо экспозиции.

17. Поход — дальняя прогулка или путешествие, специально организованное передвижение на определенное (достаточно протяженное) расстояние, в ходе которого предполагаются остановки (привалы).

Поход как форма воспитательной работы, по мнению Ю. Козлова и В.Ященко, обладает рядом педагогических потенциалов. Использование похода позволяет осуществлять диагностику личности и коллектива, формирование ценностного отношения к природе и историческому наследию пространства охваченного движением группы.

Характерной чертой всех форм воспитательной работы типа «путешествие» является наличие оформления схемы маршрута. В игре-путешествии, как и в походе схема движения обычно называется маршрутным листом. Однако, в первом случае маршрутный лист во многом — атрибут игры.

При проведении похода трудно переоценить значение безопасности жизни и здоровья участников путешествия. Обеспечить безопасность можно в случае:

- соблюдение всеми участниками похода правил техники безопасности,
- правильной организацией питания,
- грамотной организацией движения группы,
- обеспеченность необходимым снаряжением (в том числе и медицинской аптечкой) и одеждой, соответствующей сезону.

Большую роль в реализации воспитательных возможностей похода и обеспечении безопасности жизни и здоровья участников, играет подготовительная работа. Являясь самостоятельной частью воспитывающей деятельности, подготовительная работа представляет собой совокупность отдельных форм. Так, подготовительная работа, направленная на увеличение познавательного эффекта похода может включать беседу, исследовательские задания, заочное путешествие (по карте предстоящего маршрута). Накануне похода проводятся также инструктаж по технике безопасности, упражнения в выполнении ряда предстоящих участникам действий.

По итогам похода желательно провести ряд мероприятий: беседа — обсуждение итогов похода, просмотр кино (фото) видео материалов, отснятых в ходе путешествия, оформление выставки, альбома и другие.