

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

Квест как специальное мероприятие по профориентации старшеклассников и студентов

Научный руководитель – Куличкина Марианна Владимировна

Дормидонтов Александр Алексеевич

Студент (бакалавр)

Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, Филологический факультет, Кафедра Реклама и связи с общественностью, Якутск, Россия

E-mail: dormidontoff97@mail.ru

В последнее время стало модным принимать участие в различных квестах. Молодые люди с удовольствием решают разного рода интеллектуальные задачи. Нами было решено применить данную технологию в профессиональной сфере, а именно в качестве формы профориентационной работы для старшеклассников, желающих проверить свои силы в новой сфере, а также для студентов, обучающихся на младших курсах. Для будущих специалистов массовой коммуникации это также прекрасная возможность увидеть на практике как проводятся специальные мероприятия.

Квест - это увлекательная «живая» игра для команды из нескольких человек, в специально оборудованном для этого помещении, или определенной территории. Участникам предлагается выполнить определенное задание, ограниченное по времени. В этом необычном и захватывающем приключении участникам не обойтись без смекалки, логического мышления, эрудиции, а также ловкости, координации и умения взаимодействовать с товарищами. Мы остановили свой выбор на таком виде квеста как квест-эвент. На наш взгляд, этот вид квеста по всем признакам подходит под специальные события, мероприятия [1].

Если говорить о ходе мероприятий, которые мы проводили, то игра проходила по пяти локациям. В игре для школьников в самом начале организаторы методом стихийной выборки создали смешанные команды, потом было дано пять минут, в течение которых участники должны были познакомиться друг с другом и быстро придумать название своей команды. В игре для студентов участники заранее сами разделились на команды и показали небольшую визитку. Затем идет игра. Игра начинается в пяти локациях одновременно и идет параллельно. Команда, которая прошла одну из локаций, идет на следующую свободную локацию. Локации были размещены на кафедре рекламы и связей с общественностью, а также в учебных аудиториях кафедры и в кафедральной библиотеке. Это было сделано для того, чтобы учащиеся ознакомились с будущим местом учебы.

Задания тесно связаны с рекламой и связями с общественностью. Например: участникам давали задание, в соответствии с которым они должны были угадать музыкальную вставку рекламного ролика. Послушайте пожалуйста и угадайте: из рекламного ролика какого товара мы взяли эту музыкальную вставку?

Были задания и по составлению пазлов-логотипов, снять свой рекламный ролик и т.д. Для студентов игра усложнялась тем, что для получения следующего задания им необходимо было выполнить микрозадания. Например: изобразить картину «Иван Грозный убивает сына», сфотографировать и отправить фотографию по мессенджеру Whatsapp на определенный телефон. Если организаторы посчитают задание выполненным, по телефону должна была придти в ответ фотография места, где ждет следующее задание. Или участники должны были угадать имидж-портреты известных политиков. Кто угадывал, брал следующее задание. Задания тоже были посложнее. Например: нужно было соотнести типы имиджа с политиком. Все три мероприятия освещались на сайте факультета, а также в Инстаграмме.

На своем опыте мы выявили некоторые особо важные моменты, которые необходимо учитывать при проведении квеста. Ориентиром служили характеристики Р.Хэйвуда. Сначала необходимо уточнить цель и микроцели, следующим этапом является планирование мероприятия. Затем правильно выбрать дату и время [2]. Для квестов более подходит послеобеденное или вечернее время, но не поздняя ночь, так как это мероприятие требует некоторых усилий со стороны участников, потому нужно поставить время, когда человек еще достаточно активен как умственно, так и физически.

Следующий не менее важный момент - тема. Если тема выбрана правильно, то легче придумать задания для участников, выбрать материал для оформления, для общего оформления мероприятия, включая приглашения. Напрямую от темы зависит выбор места. Место нужно не только выбрать, но и оформить надлежащим образом.

При проведении квеста необходим иллюстративный материал. Минимум - карта, по маршруту которой участник следует в пункт конечного назначения [3].

В целях безопасности перед началом игры необходимо провести краткий инструктаж игроков, представить организаторов, участников. Для эффективного проведения мероприятия нужно заранее проверить маршрут, оборудование, безопасность и все другие условия, подготовить команду организаторов, провести инструктаж.

Обязательно нужно привлечь СМИ для освещения мероприятия, также можно привлечь блогеров, собственные сайты, страницы в социальных сетях, мессенджеры. Для того, чтобы привлечь внимание аудитории к мероприятию, необходимо фиксировать каждый шаг участников, дабы разместить с их согласия этот материал в социальных сетях, СМИ, сайте организации.

Таким образом, мы доказали, что квест может быть специальным мероприятием. Такое мероприятие очень интересно для молодежной аудитории. И учащимся, и студентам такая форма понравилась. Пилотный проект показал, что выбор формата мероприятия удачен.

Источники и литература

- 1) Залуцкая С.Ю., Корнилова В.В. Словарь-справочник специалиста по связям с общественностью. Якутск, 2009.
- 2) Хейвуд Р. Все о Public Relations. М., 1999.
- 3) <http://questsguru.ru/quest-info>