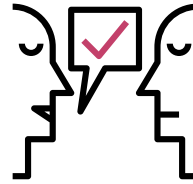


# Антиконференция. Barcamp



# Антиконференция. Barcamp

## Описание формата



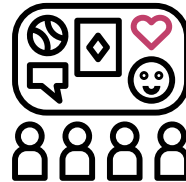
Антиконференция  
(англ. Unconference, Barcamp) -  
это однодневная конференция  
без жестких правил проведения.

## Строгий / нестрогий формат



Нестрогий

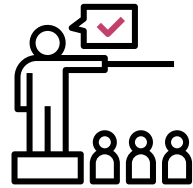
## Случаи его использования



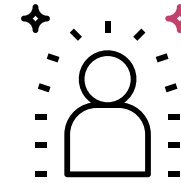
Антиконференция подойдет, если вы хотите  
провести масштабное мероприятие,  
но в более неформальной обстановке,  
где главную роль будут играть не организаторы  
и спикеры, а сама аудитория.

# Антиконференция. Barcamp

## Возможная аудитория

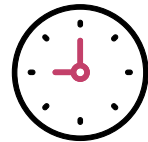


Формат пригоден для работы с широкой аудиторией НКО: люди, включенные в деятельность организации, и внешняя аудитория.

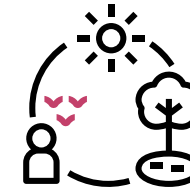


Количество участников: 30–200 человек.

## Основные составляющие формата



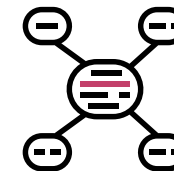
Время: от нескольких часов до нескольких дней.



Антиконференцию можно проводить как в помещении, так и на природе, в формате лагеря.



Слоты разнесены по разным помещениям без четкого расписания. Время слотов не ограничено. Все участники сами выбирают треки, которые им интересны.



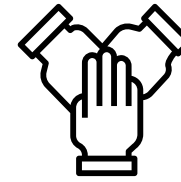
На антиконференции отсутствует деление на спикеров и слушателей, нет спланированной программы и подготовленных докладов. Программа представляет собой условное деление на несколько тематических потоков (слотов), тему которых могут предложить сами участники. Также они могут взять на себя роль ведущего дискуссии вокруг этой темы.

# Антиконференция. Barcamp

## Возможные содержательные итоги мероприятия

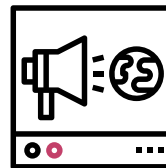


Технология антиконференции позволяет решать самые широкие вопросы – обсуждать и обмениваться лучшими практиками и опытом, вырабатывать совместные варианты решений проблем.



Антиконференция способствует появлению новых коллабораций и партнерств с целью формирования инициатив и социальных стартапов.

## До мероприятия



Антиконференция включает в себя большой блок онлайн-взаимодействия и продвижения – участники не только приглашаются, но и собирают вопросы и идеи мероприятий на онлайн-площадке.

# Антиконференция. Barcamp

## Во время мероприятия



Антиконференция может состоять из дискуссий, демонстраций, интерактивов и живого включения участников в обсуждение.

Главное правило работы – участвовать должны все.

## После мероприятия



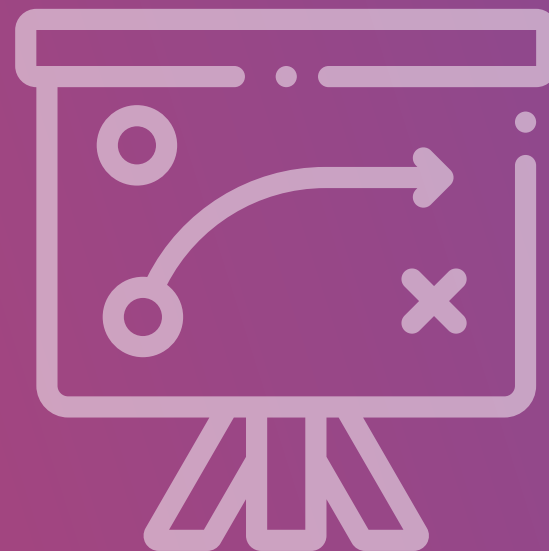
Поддерживайте сформировавшееся сообщество – размещайте фото и видео с антиконференции, рассылайте материалы, которые сформировались по итогам мероприятий антиконференции.

## Дополнительная информация



<http://barcamp.org>

# Штурм- лаборатория



# Штурм-лаборатория

## Описание формата



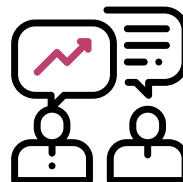
В основе штурм-лаборатории лежит методика «круга идей». Штурм-лаборатория позволяет преодолеть «эффект колеи», чтобы расширить возможности участников предлагать новые продуктивные идеи и инициативы.

## Строгий / нестрогий формат



Строгий

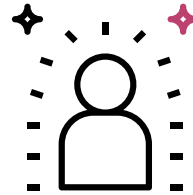
## Случаи его использования



Формат эффективен, когда участникам необходимо взглянуть на проблему под новым углом и разработать новый проект (решение).

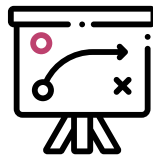
# Штурм-лаборатория

## Возможная аудитория

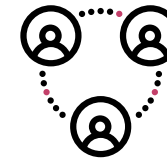


Количество участников: 10–50 человек.  
Приблизительно 6 групп по 6–8 человек.

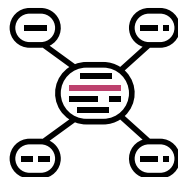
## Основные составляющие формата



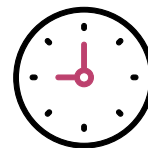
Все идеи записываются на стикерах. После этого группы презентуют результаты своей работы и размещают стикеры с вариантами решений на общем флипчарте.



Модератор ставит дискуссионный вопрос и предлагает обсудить в малых группах его отдельные аспекты. Участники делятся на группы и в течение 20 минут обсуждают темы.



В конце мероприятия проходит общая рефлексия по поводу предложенных идей и решений.



Время: 1,5–2 часа.



В дальнейшем модератор берет в случайном порядке по одному стикеру каждого вопроса и предлагает группам придумать проект (деятельность, решение), основываясь на этой информации. Далее происходит презентация проектов, другие команды задают вопросы.



# Штурм-лаборатория

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Штурм-лаборатория используется для формирования новых идей и их обсуждения. Она позволяет сформулировать ключевые аудитории, темы и механизмы, которые могут сыграть важную роль в решении проблем.

## До мероприятия



Обратите внимание на вопросы, на которые будут отвечать группы. Все вместе они должны дать основу для формирования дальнейшей деятельности.

Например, одни могут быть такими:

- «Кто является целевой группой?»
- «Что мы готовы сделать (содержание деятельности)?»
- «При помощи каких технологий мы будем достигать результата?».

# Штурм-лаборатория

## Во время мероприятия



Подготовьте небольшое экспертное мнение в качестве введения в тему, для того, чтобы участники могли от него оттолкнуться при дальнейшем обсуждении в группах.

## После мероприятия



Подготовьте описание всех идей и предложений, сформированных группами, для дальнейшей работы участников с ними и формирования новых проектов (решений).

## Дополнительная информация



<https://vk.com/publiceventkitchen>

# TEDx- конференция



# TEDx-конференция

## Описание формата



TEDx-конференция – это независимая конференция в стиле TED, которая ставит своей целью распространение уникальных идей («ideas worth spreading»).

## Строгий / нестрогий формат



Строгий

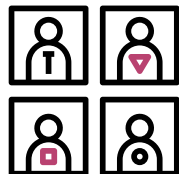
## Случаи его использования



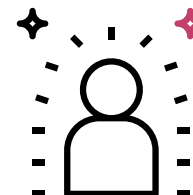
TEDx-конференция – это междисциплинарное просветительское событие. Такой формат подходит в том случае, если у вас есть хорошие спикеры с интересными идеями, которыми они могут поделиться с аудиторией.

# TEDx-конференция

## Возможная аудитория



Формат подходит для любой аудитории. Серия выступлений может продолжаться от нескольких часов до целого дня.

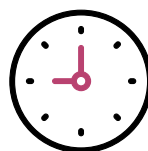


Количество участников: не более 100 человек.

## Основные составляющие формата



Конференция состоит из выступлений спикеров - TED Talk. TED Talks должны быть не дольше 18 минут. Выступление может обучать, информировать, вдохновлять аудиторию на новые идеи.



Время: в течение дня.

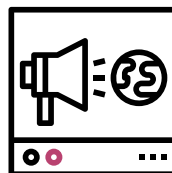


Для того чтобы организовать независимую TEDx-конференцию (и использовать название TEDx), необходимо получить лицензию организации TED (эта организация начала проводить свои ежегодные конференции TED, которые подхватили по всему миру).

Подать заявку на сайте:  
<https://www.ted.com/>

# TEDx-конференция

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Использование элементов и принципов TEDx-конференции позволяет обозначать ключевые вопросы в некоммерческой деятельности, привлекать к ним внимание и распространять важную информацию.

## До мероприятия



Прежде всего, ищите для своей TEDx-конференции не спикеров, а хорошие идеи, носителями которых должны быть люди из разных областей (TEDx-конференция – это междисциплинарное просветительское событие).



Важным элементом формата является то, что все выступления записывают и выкладывают на сайте «YouTube» для свободного просмотра. Поэтому уделите особое внимание поиску хорошего фотографа и оператора TEDx-конференции.

# TEDx-конференция

## Во время мероприятия



Тайминг крайне важен – выступление спикера должно занять не больше 18 минут (но может быть меньше). В противном случае это уже не TEDx.

## После мероприятия



Не забудьте выложить запись TEDx-конференции на сайте «YouTube».

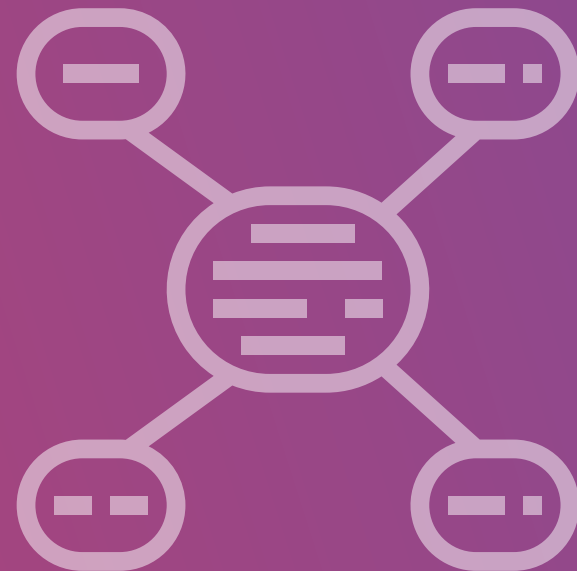
## Дополнительная информация



<https://www.ted.com/>

[http://storage.ted.com/tedx/manuals/tedx\\_speaker\\_guide.pdf](http://storage.ted.com/tedx/manuals/tedx_speaker_guide.pdf)

# Проектная лаборатория





# Проектная лаборатория

## Описание формата



Проектная лаборатория – это обучающая площадка, на которой разрабатываются и реализуются проекты.

## Строгий / нестрогий формат



Нестрогий

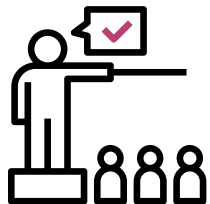
## Случаи его использования



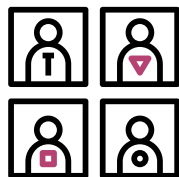
На проектных лабораториях участники учатся предлагать идеи, превращать их в проекты: проводить исследования, планировать и реализовывать задуманное.

# Проектная лаборатория

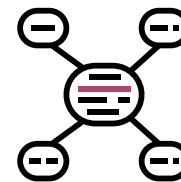
## Возможная аудитория



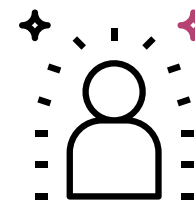
Участниками могут быть сотрудники и волонтеры СОНКО и социальных предпринимателей, представители органов власти, сотрудники государственных и муниципальных учреждений в зависимости от тематики лаборатории.



Они могут объединять представителей как одной сферы, так и разных.

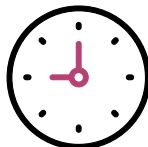


Проектная лаборатория может быть как однодневным мероприятием (в этом случае чаще всего итог работы – сформулированный на бумаге проект), так и длиться в течение всего периода проекта.

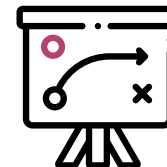


Количество участников:  
10–40 человек.

## Основные составляющие формата



Время: от одного до нескольких дней.



Проектная лаборатория начинается с обучающих мероприятий. Затем участники предлагают идеи и формируют команды, основанные на интересах и навыках. После этого начинается работа над проектами и презентация результатов.

# Проектная лаборатория

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Итогом проектной лаборатории является проект, написанный или реализованный, а также формирование специалистов, обладающих навыками проектирования и реализации проекта.

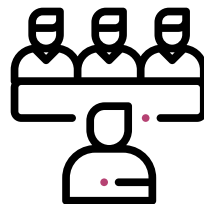
## До мероприятия



Продумайте, какая помощь и поддержка может понадобиться участникам лаборатории для внедрения в жизнь их проектов и в зависимости от этого сформируйте линейку консультантов, которые будут работать с ними.

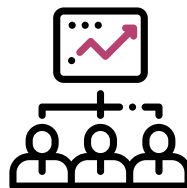
# Проектная лаборатория

## Во время мероприятия



Лаборатория может быть дополнена связывающими мероприятиями, такими как защита проекта, получение обратной связи от экспертов, поддержка и консультирование в течение всего периода реализации проекта.

## После мероприятия



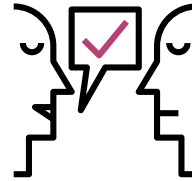
Следите за дальнейшей работой команд и проектов, которые были сформированы в рамках проектной лаборатории – помогайте преодолевать барьеры роста, проводя дополнительные мероприятия или создавая систему наставничества.

# Мероприятия по решению кейсов



# Мероприятия по решению кейсов

## Описание формата



Метод кейсов – это техника обучения с помощью конкретной ситуации.

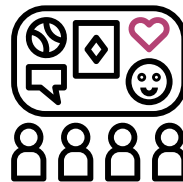
Мероприятия по решению кейсов носят чаще всего соревновательный характер и направлены на анализ и предложение решений проблемных ситуаций, основанных на реальных историях. При решении кейса нужно будет ответить на вопросы кейса, предложить инструменты, которые помогут выйти из положения с минимальными потерями.

## Строгий / нестрогий формат



Нестрогий

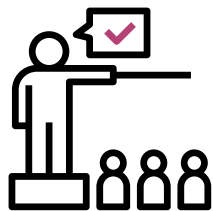
## Случаи его использования



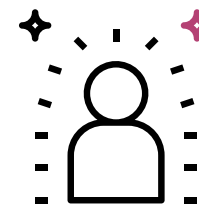
Использование метода кейсов может быть составной частью обучающих мероприятий, которая позволяет в интерактивной форме овладеть практическими навыками.

# Мероприятия по решению кейсов

## Возможная аудитория

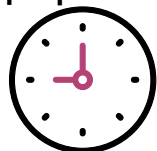


Формат подходит для профессионалов в некоммерческом секторе, студентов и волонтеров.



Количество участников очных кейс-мероприятий: 10–40 человек (8–10 команд по 3–4 человека).

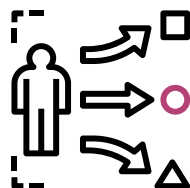
## Основные составляющие формата



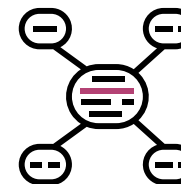
Время: от одного дня до месяца (в случае нескольких туров).



Решение кейсов можно организовать в форме кейс-лабораторий, кейс-завтраков, кейс-соревнований, кейс-чемпионатов.



При обучении методам анализа конкретной ситуации участникам предоставляют информацию о ситуации в организации, часто в смешанной форме (письменное описание ситуации, "рисунки" и определенная количественная информация).



Кейсы могут быть очень краткими или состоять из нескольких страниц и содержать различные документы, которые поясняют ситуацию и могут быть полезны при решении кейса (финансовая информация, выдержки из прессы, отчеты по исследованиям и т.п.). Участникам могут дать видео- и аудиоматериалы, которые включают в себя интервью с главными действующими лицами.

# Мероприятия по решению кейсов

## Основные составляющие формата

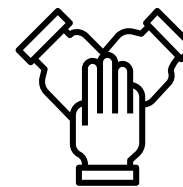
Кейс должен включать в себя:

- ситуацию – случай, проблему, историю из реальной жизни;
- контекст ситуации – хронологический, исторический контекст места, особенности действия или участников ситуации;
- комментарий ситуации, представленный автором;
- вопросы или задания для работы с кейсом;
- приложения.

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Решение кейсов дает возможность участникам кейс-мероприятий пройти практикоориентированное обучение и отработать свои навыки и компетенции, находя решение реальным ситуациям.

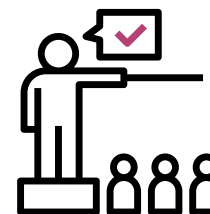


Помимо обучающего компонента, кейс-мероприятие может быть направлено на привлечение к некоммерческой деятельности потенциальных сотрудников и волонтеров, в том числе из студентов.

## До мероприятия



Кейс – это основа данной технологии, поэтому отведите на его написание не менее одной недели.



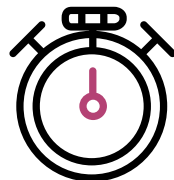
Если у Вас есть возможность, проведите предварительные обучающие семинары по тем знаниями и компетенциям, которые пригодятся на кейс-мероприятии.



# Мероприятия по решению кейсов

## Во время мероприятия

При формировании тайминга кейс-мероприятия не забудьте выделить отдельное время на следующие блоки:



- Решение кейса командами (примерно 4 часа).
- Выступление команд-участников (примерно 5 минут на выступление и 5 минут на вопросы).
- Совещание членов жюри (около часа).
- Объявление результатов (30 минут).

## После мероприятия



Опубликуйте итоги и имена победителей кейс-мероприятия, обратную связь от участников и членов жюри. Сделайте результаты и процесс оценки решений максимально прозрачными и понятными для участников.

## Дополнительная информация



<https://vk.com/ngochallenge>

# Тематическая НОЧЬ



# Тематическая ночь

## Описание формата



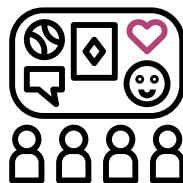
Тематическая ночь – это событие или тематический марафон, посвященный какой-либо теме. Цель мероприятия – привлечь внимание к теме, собрать единомышленников. Можно использовать для проведения комплекса просветительских мероприятий, связанных с общественной или гражданской деятельностью.

## Строгий / нестрогий формат



Нестрогий

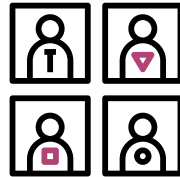
## Случаи его использования



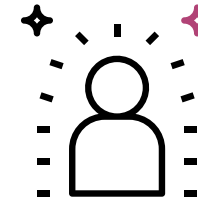
Тематическая ночь дает возможность широкому кругу лиц познакомиться с темой, а также с деятельностью и миссией организации, которая ее проводит.

# Тематическая ночь

## Возможная аудитория

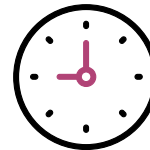


Мероприятие подходит для любой аудитории, в том числе для непрофессионалов в некоммерческой деятельности.



Количество участников: в зависимости от площадки и возможностей организации.

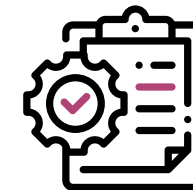
## Основные составляющие формата



Время: 6- 12 часов.  
Обычно проводится в формате «Вечер» (с 18:00 до 23:00) или в формате «Ночь» (с 18:00 до 06:00).



Программа тематической ночи представляет собой серию мероприятий, направленных на разные аудитории, которые могут идти параллельно на разных площадках или циклически повторяться.



Программа обязательно должна содержать уникальные события или мероприятия, подготовленные специально для тематической ночи. Традиционно тематическая ночь организуется без записи, но на часть мероприятий может быть организована предварительная регистрация.

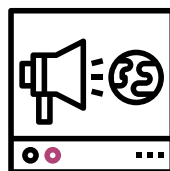
# Тематическая ночь

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Тематическая ночь помогает привлекать сторонников и распространять информацию по тематике ночи и об организации, привлекает внимание СМИ.

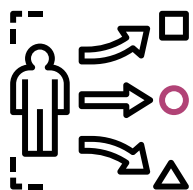
## До мероприятия



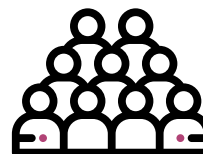
Максимально широко информируйте целевую аудиторию о тематической ночи и ее программе. Такое мероприятие может быть интересно не только онлайн-площадкам, но и традиционным СМИ.

# Тематическая ночь

## Во время мероприятия



Традиционно на тематической ночи проходят несколько параллельных мероприятий, поэтому продумайте навигацию посетителей. Пусть у них всегда будет возможность уточнить программу у волонтеров и найти нужное помещение.



Будьте готовы к наплыву большого количества посетителей (поставьте дополнительные вешалки для одежды, уберите лишние вещи).

## После мероприятия



Напишите несколько пост-релизов о тематической ночи. Публикуйте видео и фото с мероприятия – пусть все участники смогут найти на них себя.

# Форсайт Foresight

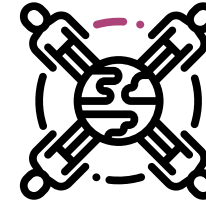


# Форсайт / Foresight

## Описание формата



Форсайт – это мероприятие проблемного характера, на котором профессионалы (как теоретики, так и практики) строят долгосрочные прогнозы (от 5 до 20 лет), основываясь на достоверных краткосрочных прогнозах на несколько ближайших месяцев.



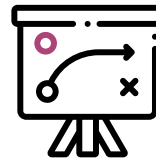
Существуют несколько методов Форсайта. В России проходят сессии метода Рапид Форсайт (Rapid Foresight).

## Строгий / нестрогий формат



Строгий

## Случаи его использования



С помощью форсайт-технологии можно строить прогноз будущего для отрасли, территории, сообщества, организации.

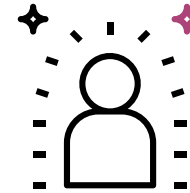


# Форсайт / Foresight

## Возможная аудитория

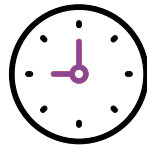


Для работы методом форсайта приглашаются практики и эксперты в той области, для которой строится прогноз, и которые заинтересованы в изменениях.

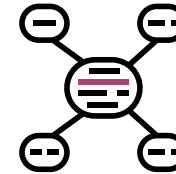


Количество участников: 50–80 человек.  
Количество участников одной группы: 10 человек.

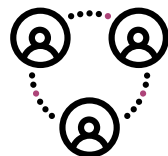
## Основные составляющие формата



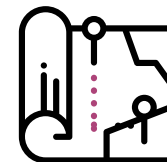
Время: в течение дня.



Форсайт как мероприятие – это планирование с очень высокой степенью реальности. То есть планы не просто ставятся, они активно внедряются в жизнь.



В рамках одной форсайт-сессии одновременно могут работать несколько групп. У каждой группы есть свой модератор, направляющий ее работу. Группы представляют результаты своей работы друг другу, а ведущий обобщает результаты различных групп.



Главным инструментом работы участников форсайт-сессии является «карта времени». Карта представляет собой большой лист бумаги, где на горизонтальной оси располагаются временные рубежи (ближний (на 5 лет вперед), средний (на 10 лет вперед) и дальний (на 15-20 лет вперед)), а на вертикальной – тренды.

# Форсайт / Foresight

## Основные составляющие формата

Участники заполняют карту времени, помещая на ней 6 элементов, приводящие к тому или иному событию:

- тренды – существующие и зарождающиеся;
- тренд – объективно наблюдаемый и измеряемый процесс, развивающийся в определенном направлении;
- технологии – поддерживающие существующие тренды или запускающие новые;
- форматы – технологии социального взаимодействия, ключевые события, запускающие, переламывающие или изменяющие скорость роста тренда;
- законопроекты и нормативные акты, легитимизирующие форматы;
- угрозы, которые могут негативно повлиять на агентов (бизнес-организации, образовательные учреждения, рынки и тд).

Содержание карточки и год ее «появления» согласовывается группой. Помимо построения карты времени, участники разрабатывают проект, над которым в дальнейшем будут работать.

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Форсайт-метод является основой для проектирования своей текущей и будущей деятельности с целью усиления положительных трендов и увеличения вероятности желаемых событий и погашения отрицательных, нежелательных трендов.

## До мероприятия



Не забудьте подготовить заранее карту и карточки, необходимые канцтовары и дополнительные материалы которые могут понадобиться для работы группы (аналитические данные, схемы и т.п.).



Ведущий и модераторы рабочих групп должны вникнуть в тот предмет, для которого строится прогноз будущего.

# Форсайт / Foresight

## Во время мероприятия

Общий сценарий проведения форсайт-сессии может быть таким:

- Описание цели и задач сессии.
- Работа в группе: определение объекта, предмета (фокуса внимания) и границ карты будущего.
- Работа в группе: работа с трендами; формирование пространства нормативных актов, форматов, технологий
- Сопоставление и обмен картами будущего.
- Работа в группе: формирование перечня субъектов; определение угроз и возможностей для субъектов в текущей карте будущего; мест на карте будущего, которые могут усилить выгоды и компенсировать угрозы для действующих субъектов.
- Сопоставление карт будущего и точек возможных изменений («разрывы», точки бифуркации).
- Работа в группе: генерация идей изменений; описание проектов изменений.
- Презентация проектов изменений. Приоритезация проектов изменений. Подведение итогов работы.

## После мероприятия



Координационно, организационно и методически поддерживайте рабочие группы по проведению изменений.

## Дополнительная информация



<https://asi.ru/reports/67656/>

# Интеллектуальная игра



# Интеллектуальная игра

## Описание формата



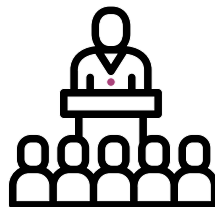
Интеллектуальная игра – это командная игра из вопросов и ответов с четко определенными правилами. Может иметь тематическую, общественную или гражданскую направленность.

## Строгий / нестрогий формат



Строгий

## Случаи его использования



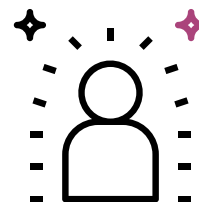
Использование формата применимо в рамках просветительских мероприятий – интеллектуальная игра может быть поводом привлечь внимание и поговорить о темах, важных для НКО.

# Интеллектуальная игра

## Возможная аудитория

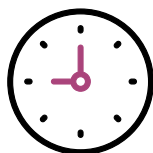


Формат пригоден для работы с людьми, включенными в деятельность организации, для партнеров, «группы поддержки», а также потенциальных сторонников НКО, активистов, волонтеров. Для аудитории, готовой к интенсивной работе.



Количество участников: ограничивается вместимостью помещения или правилами конкретной игры (одна команда 4–9 человек).

## Основные составляющие формата



Время: около 2 часов.



Наиболее распространенной интеллектуальной игрой является «Мозгобойня» (игра состоит из 49 вопросов, разделенных на 7 туров; победителем становится команда, взявшая наибольшее количество баллов по результатам всей игры). Но для того, чтобы провести мероприятие по данной технологии необходимо купить франшизу. Можно провести интеллектуальные игры по типу «Что? Где? Когда?», «Брейн-ринг» или по другим методикам.

# Интеллектуальная игра

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Формат может использоваться как интеллектуальный досуг или часть обучающих или просветительских курсов (для освоения материала в новой форме, закрепления и оценки полученных знаний), нетворкинга или популяризации идей.

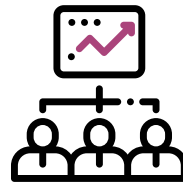
## До мероприятия



Постарайтесь сделать ваши вопросы интересными и качественными, пусть развлекательный аспект не будет в ущерб содержательному.

# Интеллектуальная игра

## Во время мероприятия



Пусть все участники будут чувствовать уверенность в своих силах. Интеллектуальная игра должна дать опыт работы в команде, повысить мотивацию к дальнейшему изучению темы.

## После мероприятия



Поскольку интеллектуальная игра носит обучающий и/или просветительский характер – заранее подготовьте и разошлите участникам содержательную информацию о теме интеллектуальной игры.

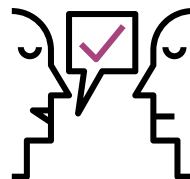


# Тематические бизнес-завтраки



# Тематические бизнес-завтраки

## Описание формата



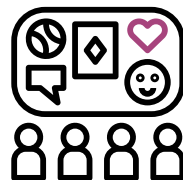
Технология представляет собой тематические мероприятия в формате завтраков-лекций и завтраков-встреч для профессионалов, которые проводятся с целью объединить сообщество, предоставив ему возможность для регулярных встреч и общения в неформальной обстановке.

## Строгий / нестрогий формат



Нестрогий

## Случаи его использования



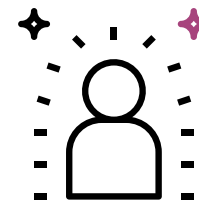
Такие тематические завтраки могут проводиться для встреч с лицами, принимающими решения, или экспертами, готовыми поделиться знаниями и опытом.

# Тематические бизнес-завтраки

## Возможная аудитория

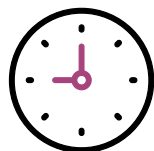


Участниками могут быть, люди, как включенные в деятельность организации (сотрудники, активисты, волонтеры, «группа поддержки» и т.д.), так и из внешней среды (представители власти, бизнеса, НКО, СМИ, профессиональные группы, эксперты, специалисты, студенты и т.п.).



Количество участников:  
10–40 человек.

## Основные составляющие формата



Время: 1–1,5 часа. Завтрак может начинаться в 9.00–10.00 утра / в 11.00–12.00.



Бизнес-завтрак может включать в себя выступление спикера и ответы на вопросы аудитории или коллективное обсуждение темы с экспертами, после чего следует неформальное продолжение беседы.

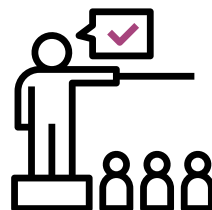
# Тематические бизнес-завтраки

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Технология может использоваться для налаживания профессиональных контактов и обмена опытом различных субъектов.

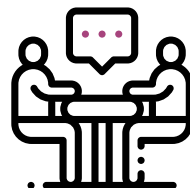
## До мероприятия



Чаще всего бизнес-завтрак – мероприятие, на которое требуется предварительная регистрация. Поэтому постарайтесь собрать аудиторию, максимально заинтересованную в диалоге со спикером.

# Тематические бизнес-завтраки

## Во время мероприятия



Завтрак можно провести как в кафе или в ресторане, так и в помещении, где проходят публичные мероприятия. В зависимости от атмосферы гости едят и пьют во время общения, перерывах между выступлениями спикеров, после завершения основной части. Главное в завтраке – это встречи с людьми и диалог.

## После мероприятия



Сделайте контакты участников доступными для того, чтобы они могли оставаться на связи (предварительно взяв на это их разрешение).

# Вечеринка идей



# Вечеринка идей

## Описание формата



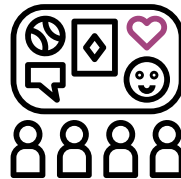
«Вечеринка идей» – это мероприятие, на котором участники в неформальной обстановке проводят мозговой штурм для решения проблемы, создают идеи или проекты.

## Строгий / нестрогий формат



Нестрогий

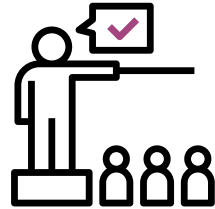
## Случаи его использования



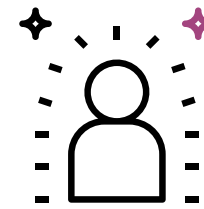
Формат может использоваться для формирования и доработки идей в общественной и гражданской деятельности.

# Вечеринка идей

## Возможная аудитория



Подходит для любой аудитории, в том числе для непрофессионалов в некоммерческой деятельности.

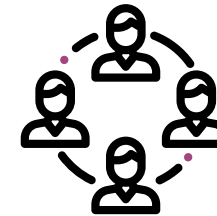


Количество участников: 15–20 человек.

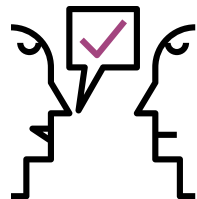
## Основные составляющие формата



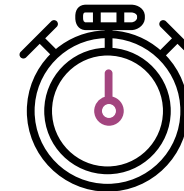
Время: 1–1,5 часа.



Каждый участник по очереди рассказывает свою идею или проблему, а все остальные участники помогают и дают советы.



Барбара Шер, описавшая вечеринку идей в своей книге, советует рассказывать об идее по формуле: «Я хочу» и «препятствие, которое я вижу».



В рамках технологии «Вечеринка идей» работают правила брэйнсторминга: регламент (например, 5 минут на выступление с идеей); определение ролей (есть ведущий, который руководит процессом; есть человек, который следит за временем).



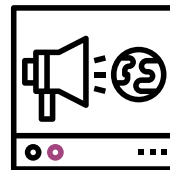
# Вечеринка идей

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Формат вечеринки может быть использован с целью получения обратной связи от экспертов и менторов.

## До мероприятия



Откройте свободную запись для тех, кто хочет поделиться идеей и получить на нее обратную связь.

# Вечеринка идей

## Во время мероприятия



Постарайтесь создать дружелюбную и продуктивную атмосферу, свободную от критики, где участники могут открыто делиться своими идеями.

## После мероприятия



Разошлите авторам идей те советы и комментарии, которые им давали участники вечеринки идей для того, чтобы они могли в дальнейшем работать с ними.

# PechaKucha



# PechaKucha

## Описание формата



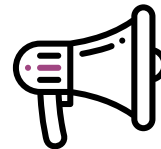
PechaKucha (Печа-куча, яп. «болтовня») – это метод представления кратких докладов, специально ограниченных по форме и продолжительности на неформальных конференциях. Основная задача PechaKucha - вдохновлять людей на инициативу и на генерирование идей.

## Строгий / нестрогий формат



Строгий

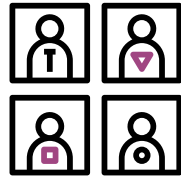
## Случаи его использования



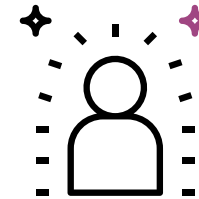
Неважно, чему посвящена презентация, главный элемент успешного выступления будет в непрерывающемся потоке выступлений. Этот формат презентаций создан для современного слушателя – человека, у которого нет времени на долгие беседы.

# PechaKucha

## Возможная аудитория



Подходит для любой аудитории, в том числе для непрофессионалов в некоммерческой деятельности.



Количество докладов: 8–12 шт.  
Количество слушателей ограничивается вместимостью площадки.

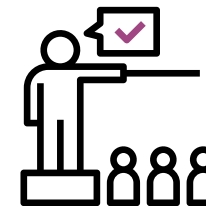
## Основные составляющие формата



Время: 1,5 часа.



Доклады следуют один за другим. Слайды переключаются автоматически и сопровождаются живой речью автора на фоне слайдов. После каждой презентации делается перерыв на drink & talk для обмена идеями. Рекомендуется использовать яркие изображения, которые дополняют то, что говорит выступающий.



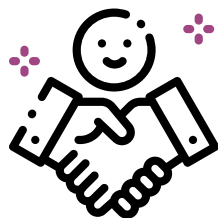
Выступающий представляет доклад – презентацию из 20 слайдов, каждый слайд демонстрируется 20 секунд, после чего автоматически сменяется на следующий. Таким образом, продолжительность доклада ограничена 6 минутами 40 секундами или 6 минутами.



Не допускаются презентации торговых площадок, политических и религиозных тем, а также содержащие язык ненависти или оскорбления.

# PechaKucha

## Возможные содержательные итоги мероприятия

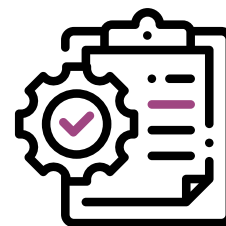


Данная технология, как и питчинг, может служить инструментом обучения и получения обратной связи об идеи производства услуги в социальной сфере или решения социальной проблемы. Она развивает навыки публичных выступлений сотрудников некоммерческого сектора, может служить инструментом обмена информацией и опытом между участниками.

## До мероприятия



Формат проведения защищен авторскими правами, принадлежащими общественной организации ДКА - для того, чтобы провести мероприятие PechaKucha, нужно получить лицензию.



Соберите презентации всех спикеров заранее, проверьте соблюдение всех правил технологии.

# PechaKucha

## Во время мероприятия



Строго следите за таймингом выступления каждого спикера, оставляйте время на вопросы и обсуждение.

## После мероприятия



Разошлите авторам идей те советы и комментарии, которые им давали участники вечеринки идей для того, чтобы они могли в дальнейшем работать с ними.

## Дополнительная информация



<https://www.pechakucha.org/>

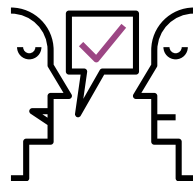
# Конференция провалов





# Конференция провалов

## Описание формата



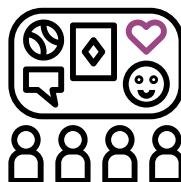
Конференция провалов – это презентация и обсуждение кейсов, когда казалось бы эффективные и востребованные начинания не получали ожидаемого развития. Перед спикерами стоит задача рассказать о своем провале (или удаче вследствие провалов) и поделиться опытом, который они вынесли.

## Строгий / нестрогий формат



Нестрогий

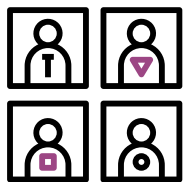
## Случаи его использования



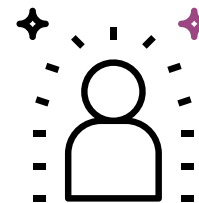
Данный формат применим практически в любой сфере.

# Конференция провалов

## Возможная аудитория

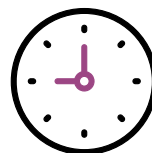


Формат пригоден для работы с широкой аудиторией.



Количество участников: 30–100 человек.

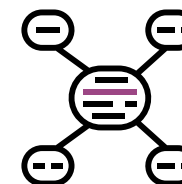
## Основные составляющие формата



Время: от 2 часов. Конференция провалов может длиться в течение всего дня или быть составной частью другого мероприятия.



Во всех докладах должна соблюдаться формула «Н-У-У»: Неудача-Урок-Улучшение. Чрезвычайно важно начинать с провала, но заканчивать теми уроками, которые извлекли из неприятной ситуации.



Конференцию провалов можно поделить на несколько тематических блоков (направления, сфера провалов). У каждого блока свой модератор. Длительность докладов 10–15 минут.

# Конференция провалов

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Конференция провалов служит для обмена опытом и выработки возможных вариантов решения проблем.

## До мероприятия



Необходима тщательная подготовка. Откройте обязательную регистрацию на мероприятие. При отборе отсеивайте те заявки, которые своей основной целью ставят персональные атаки на бывших партнеров, контрагентов и т.д. Проводите предварительную беседу (и просматривайте презентацию) со всеми докладчиками, которых вы не знаете.

# Конференция провалов

## Во время мероприятия



Строго следите за таймингом выступления каждого спикера, оставляйте время на вопросы и обсуждение. Конференция провалов – это очень позитивное событие. Постарайтесь провести его в соответствующем ключе. Предусмотрите время для нетворкинга в конце, а также легкие закуски.

## После мероприятия



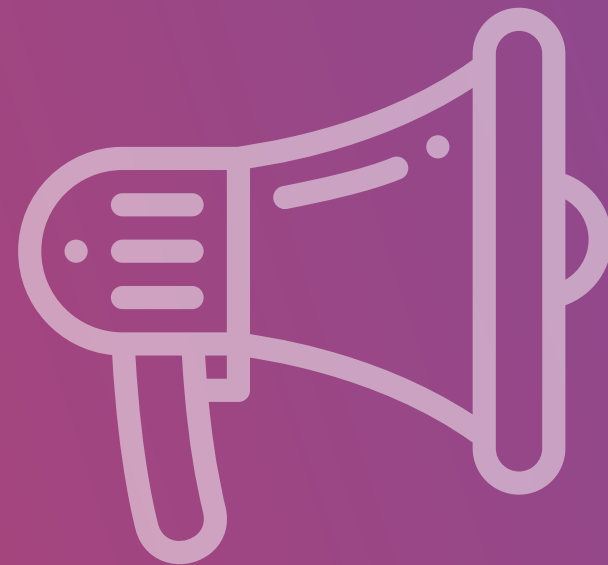
Предоставьте возможность для высказывания обратной связи. Если у вас велась видеозапись, разместите видео и содержательный контент на информационных ресурсах и разошлите по участникам.

## Дополнительная информация



<https://te-st.ru/2015/05/28/ngo-fail-conf-rules/>

# Шоу историй (сторителлинг)



# Шоу историй (сторителлинг)

## Описание формата



Сторителлинг – это способ воздействия на аудиторию с помощью историй, герои которых могут быть как вымышленными, так и взятыми из реальной жизни

## Строгий / нестрогий формат



Нестрогий

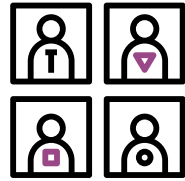
## Случаи его использования



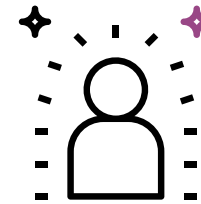
Данный формат применим практически в любой сфере.

# Шоу историй (сторителлинг)

## Возможная аудитория

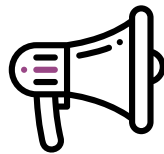


Формат пригоден для работы с широкой аудиторией.

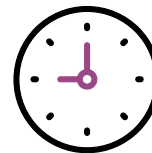


Количество участников:  
30–100 человек.

## Основные составляющие формата



Сохраняйте интригу, подогревайте интерес. Главное – история должна быть рассказана правильно, тогда она будет не просто услышанной, а оставит после себя некое послевкусие, чем-то заденет.



Время: 1,5 часа



Выступление спикера должно строиться по принципу классического сюжета – завязка, развитие, кульминация и развязка. Сторителлинг требует размеренности – не открывайте все карты сразу.

# Шоу историй (сторителлинг)

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Основная задача – вдохновлять людей на действия, инициативу и на генерирование идей.

## До мероприятия



Тщательно отбирайте спикеров, проводите предварительную беседу (и просматривайте презентацию) со всеми докладчиками, которых вы не знаете.

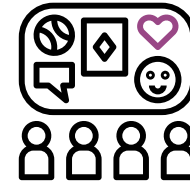


# Шоу историй (сторителлинг)

## Во время мероприятия



Строго следите за таймингом выступления каждого спикера, оставляйте время на вопросы и обсуждение. Делайте фото во время мероприятия и снимайте его на видео.



Осуществляйте интерактив с залом на входе и во время события (например, конкурс спонтанных историй).

Позвольте аудитории влиять на контент (голосование, обратная связь).

## После мероприятия



Предоставьте возможность для высказывания обратной связи. Если у вас велась видеозапись, разместите видео и содержательный контент на информационных ресурсах и разошлите по участникам.

## Дополнительная информация



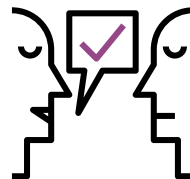
<https://ngokitchen.ru>

# Мировое кафе



# Мировое кафе

## Описание формата



Мировое кафе  
(англ. The World Café) – это метод фасилитации групповых обсуждений, в котором во главу угла ставится общение между участниками и добавление новых мыслей и идей.

## Строгий / нестрогий формат

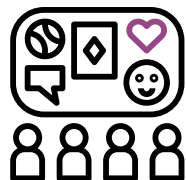


Строгий

## Случаи его использования

Метод эффективен для:

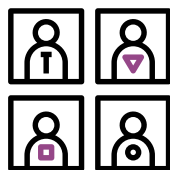
- Разработки идей для новой стратегии.



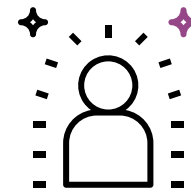
- Исследования причин проблемных ситуаций.
- Совместного поиска решений по важным вопросам.
- Формирования коллективного опыта, знаний.
- Обмена мнениями по разным вопросам.

# Мировое кафе

## Возможная аудитория

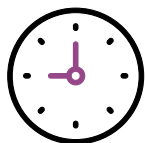


Формат пригоден для работы с людьми, представляющими различные точки зрения или интересы по теме мирового кафе (НКО, активисты, волонтеры, «группы поддержки», представители власти, бизнеса, НКО, СМИ, профессиональные группы, эксперты, специалисты, студенты и т.д.).

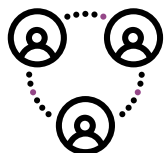


Для эффективного обсуждения с использованием метода «мировое кафе» в группе должно быть не менее 12–14 человек.

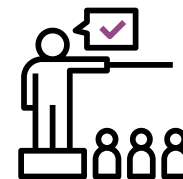
## Основные составляющие формата



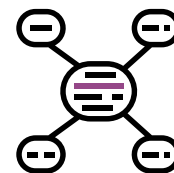
Время: от 40 минут.



Формат предполагает работу сразу в нескольких мини-группах в течение одного мероприятия. Рассадка происходит как в кофейнях (за столиками, по три-четыре человека за столик). Количество столиков соответствует количеству вопросов, решение которых планируется найти.



Один человек берет на себя роль «хозяина» стола, а остальные участники играют роль приглашенных гостей.



Спустя некоторое время «гости» перемещаются за следующий стол, а «хозяин» остается на своем месте и рассказывает вновь пришедшим к нему гостям о сути обсуждаемого вопроса – кратко презентует основные мысли, высказанные до этого. Общая дискуссия по вопросу.

# Мировое кафе

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Формат «мирового кафе» позволяет обсудить проблемы, включив обсуждение представителей различных мнений и носителей разных практик. В результате формируются списки всех идей, позиций, подходов, вариантов решения какой-либо проблемы, описание путей развития обозначенной проблемы; планирование дальнейшей работы по проблеме.

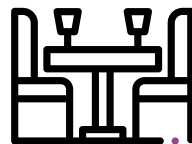
## До мероприятия



Уделите внимание определению темы и вопросов для обсуждения. Это ключ к успеху мероприятия.

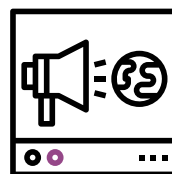
# Мировое кафе

## Во время мероприятия



Создайте атмосферу гостеприимства (цветы, легкие закуски, музыка итд). Все идеи фиксируются удобным способом - схема, рисунок, тезис. Предусмотрите время для подготовки итогового выступления «хозяина» каждого стола.

## После мероприятия



Предоставьте возможность для высказывания обратной связи. Разместите публично итоги мирового кафе.

## Дополнительная информация



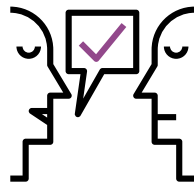
[www.theworldcafe.com](http://www.theworldcafe.com)

# Честные разговоры



# Честные разговоры

## Описание формата



«Честные разговоры» – это мероприятие с использованием технологии «Живая библиотека», которое направлено на борьбу со стереотипами и дает возможность знакомства с людьми из разных дискриминируемых групп, попавшими в сложную жизненную ситуацию, или имеющими опыт, важный для понимания разнообразия общества.

## Строгий / нестрогий формат



Нестрогий

## Случаи его использования

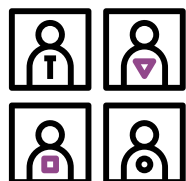


«Честные разговоры» позволяют бороться со стереотипами в обществе, вдохновляют на действия и реализацию идей, выполняют терапевтическую функцию.

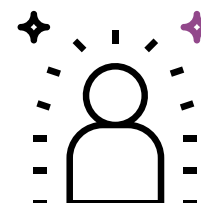


# Честные разговоры

## Возможная аудитория

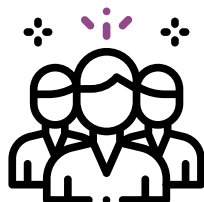


Мероприятие подходит для любой аудитории, в том числе для непрофессионалов в некоммерческой деятельности.

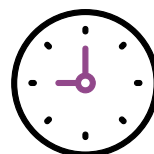


Количество участников: варьируется в зависимости от площадки и возможностей организации.

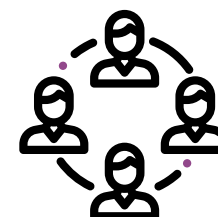
## Основные составляющие формата



В рамках формата проходят неформальные встречи с людьми, которые выступают в качестве «живой книги». Это могут быть представители определенных социальных групп или люди, имеющие особый опыт и готовые им поделиться в приватной беседе.



Время: от 2 часов.



Участники должны записаться на встречу с «живой книгой» у волонтеров мероприятия. Затем в течение 20 минут происходит общение с «живой книгой». Читатель может записаться и взять следующую «книгу». Общение может происходить один на один или в группе. Каждую «книгу» можно прочитать только один раз, люди вправе не отвечать на неудобные для них вопросы.

# Честные разговоры

## Возможные содержательные итоги мероприятия



«Честные разговоры» служат инструментом просвещения и повышают осведомленность аудитории о социальной проблеме.

## До мероприятия



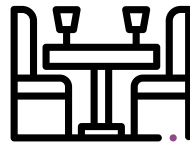
Продумайте площадку для проведения «честных разговоров». Варианты площадок: парки, школы и университеты, общественные центры, музеи, коворкинги, кафе и торговые центры и, конечно, библиотеки.



Тщательно отбирайте «живые книги», проведите предварительно собеседование с каждым.

# Честные разговоры

## Во время мероприятия



Создайте атмосферу гостеприимства. Разделите пространство на зоны: регистрация, место для разговоров, зона для кофе и общения. Ведите учет и отслеживайте очередь для каждой «книги».

## После мероприятия



Предоставьте возможность для высказывания обратной связи.

## Дополнительная информация



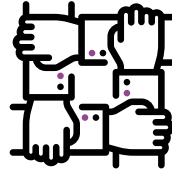
<http://humanlibrary.ru/>  
<https://vk.com/humanperm>

# Хакатон



# Хакатон

## Описание формата



«Хакатон»

(от англ. Hackaton) – это «марафон по решению задач», на котором небольшие команды специалистов из разных областей сообща работают над решением какой-либо проблемы.

## Строгий / нестрогий формат



Нестрогий

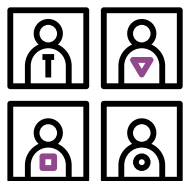
## Случаи его использования



На хакатонах могут разрабатываться: программное обеспечение, веб-сервисы (мобильные приложения, сайты, веб-приложения, инфографика) для решения социально значимых задач, а также целые проекты.

# Хакатон

## Возможная аудитория

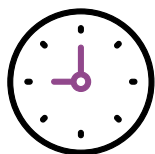


Мероприятие подходит для любой аудитории, в том числе для непрофессионалов в некоммерческой деятельности.

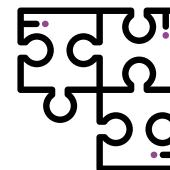


Количество участников: 10–50 человек.

## Основные составляющие формата



Время: от одного дня до недели.



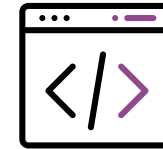
На хакатоне встречаются люди с идеями и технические специалисты (программисты, дизайнеры, менеджеры и т.д.).

# Хакатон

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Результатом хакатона и совместной работы должен являться уже готовый к запуску минимальный жизнеспособный продукт – первая версия, на которой можно протестировать работу идеи.



Хакатоны могут проводиться для разработки IT-решений, необходимых для некоммерческой деятельности. Например, для создания мобильных или веб-приложений, сайтов и информационных продуктов (инфографика, landing page), необходимых в общественной и гражданской деятельности. Проведение хакатанов также способствуют появлению новых коллабораций и партнерств, поиску потенциальных сотрудников, волонтеров и pro bono специалистов.

## До мероприятия



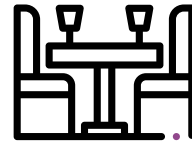
Определите цель хакатона (какие проблемы вы пытаетесь решить?).



Выберете место проведения и дату, предусмотрите хорошие призы для победителей (привлеките спонсоров).

# Хакатон

## Во время мероприятия

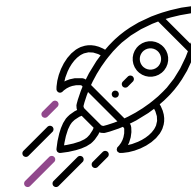


Создайте атмосферу гостеприимства. Разделите пространство на зоны: регистрация, место для работы, зона для кофе и общения.

## После мероприятия



Хакатоны формируют сообщества талантливых и активных людей, заинтересованных в какой-либо теме или проблеме. Поддерживайте «жизнь» данного сообщества.



Для компаний хакатоны могут быть особенно интересны тем, что являются сценой потенциально успешных стартапов, с которыми можно продолжить работать.

## Дополнительная информация



<https://te-st.ru/2013/07/03/hackathons/>

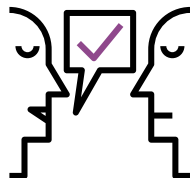


# Митап



# Митап

## Описание формата



Митапы (от англ. Meetup) – это встречи специалистов или любителей в неформальной обстановке для обсуждения какой-либо темы, обмена опытом и идеями, поиска решений социальных проблем.

## Строгий / нестрогий формат



Нестрогий

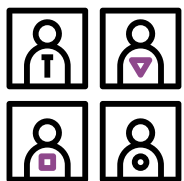
## Случаи его использования



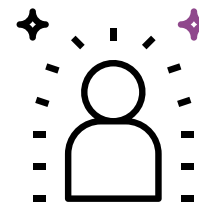
Митап может быть как отдельным событием, так и проводиться в рамках более крупных мероприятий (конференций, форумов).

# Митап

## Возможная аудитория

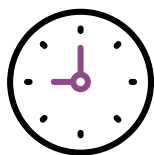


Участниками могут быть разные люди: ученые, узкоспециализированные эксперты, представители бизнеса, программисты, сотрудники и волонтеры СОНКО, представители органов власти, сотрудники государственных и муниципальных учреждений и т.д., который хотят обсудить одну и ту же важную для них тему.

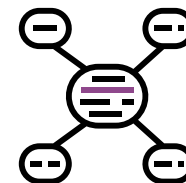


Количество участников:  
10–40 человек.

## Основные составляющие формата



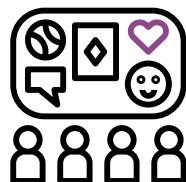
Время: от 1 до 2 часов.



Создание сообществ – это ключевая черта митапа. На мероприятии может быть один или несколько заранее заявленных подготовленных выступающих. Все приглашенные являются равноправными участниками. Модератор направляет ход беседы, задает вопросы для обсуждения. Вопросы и ключевые моменты обсуждения публично фиксируются.

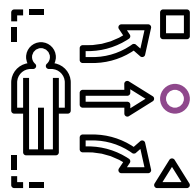
# Митап

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Формат митапов может быть использован для неформального обсуждения различных вопросов некоммерческой деятельности в том числе обмена информацией по отдельным аспектам; обмена опытом и лучшими практиками; выработки единой обобщённой позиции (соглашения, консенсуса) и др.

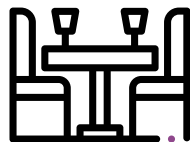
## До мероприятия



Уровень дискуссий и взаимодействия, равно как и результат события, зависят от того, какое сообщество собирается на митапе, какие вопросы обсуждает, каких целей хочет добиться.

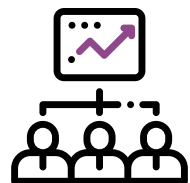
# Митап

## Во время мероприятия



Создайте атмосферу гостеприимства. Разделите пространство на зоны: регистрация, место для работы, зона для кофе и общения. В центре события всегда не спикер или организаторы (и тем более не спонсоры), а сами участники и объединяющая их тема.

## После мероприятия



Митапы формируют сообщества талантливых и активных людей, заинтересованных в какой-либо теме или проблеме. Поддерживайте «жизнь» данного сообщества.

## Дополнительная информация



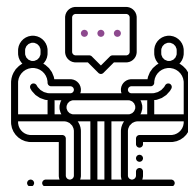
<https://www.meetup.com>

# Быстрые свидания (разговорные столы)



# Быстрые свидания (разговорные столы)

## Описание формата



Быстрые свидания (разговорные столы) – это нейтральный формат деловых мини-встреч один на один или в микро-группах, организованных с целью познакомить людей друг с другом.

## Строгий / нестрогий формат



Нестрогий

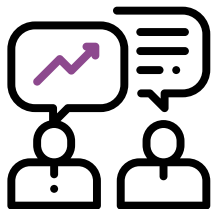
## Случаи его использования



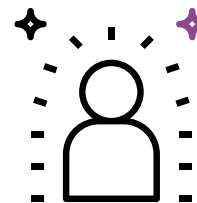
Быстрые свидания могут быть как отдельным событием, так и проводиться в рамках более крупных мероприятий (конференций, форумов).

# Быстрые свидания (разговорные столы)

## Возможная аудитория



Формат разговорных столов подходит для аудитории, готовой к продуктивной коммуникации с незнакомыми людьми.

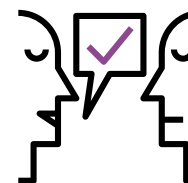


Количество участников:  
10–40 человек.

## Основные составляющие формата



Время: от 1,5 часов.



Каждый представитель одной группы должен пообщаться с каждым из другой. Один разговор обязательно должен быть коротким: 3–7 минут. После окончания времени участники переходят на другой стол и снова начинают диалог.



# Быстрые свидания (разговорные столы)

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Формат может быть использован с целью делового знакомства, установления новых контактов для дальнейшего сотрудничества и партнёрства.

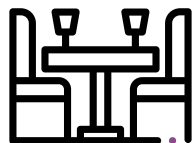
## До мероприятия



Определите место проведения (кафе или просто столики с парой стульев у каждого, выстроенные кругом так, чтобы одни стулья составляли внутренний круг, а другие – внешний/длинные столы). Количество участников должно быть четным.

# Быстрые свидания (разговорные столы)

Во время мероприятия



Создайте атмосферу гостеприимства. Разделите пространство на зоны: регистрация, место для работы, зона для кофе и общения. Оценить готовность ваших участников к общению. Иногда помогает добавить конкретные вопросы для обсуждения, чтобы 3 минуты не проходили в неловком молчании. Объясняйте правила, следите за таймингом, объявляйте о времени перехода к следующей паре.

После мероприятия



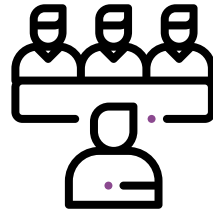
Разошлите контакты участников, поддерживайте сообщество и коллаборацию.

# ПИТЧИНГ



# ПИТЧИНГ

## Описание формата



Питчинг – это презентация авторами проектов и концепций идей, которые они хотят осуществить, с целью получить критику, поддержку, собрать команды, найти финансирование.

## Строгий / нестрогий формат



Нестрогий

## Случаи его использования



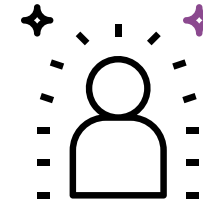
Питчинг поможет собрать на одной площадке и познакомить молодых разработчиков идей, инвесторов и представителей некоммерческих организаций, благотворительных фондов.

# ПИТЧИНГ

## Возможная аудитория



Участниками питчинга становятся авторы социальных проектов и концепций идей.

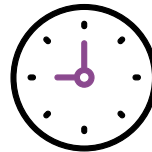


Количество презентуемых проектов за один питчинг – 5–10.

## Основные составляющие формата



Особенность питча в краткости (от 30 секунд до 5 минут) и яркости (в идеале это должна быть история, включающая рассказ об авторе питча и проекте, эмоционально вовлекающая слушателя). Участники должны заранее знать, какие эксперты находятся в аудитории и к кому они обращаются.



Время: от 1,5 часов.



На питчинге должны собраться разные типы аудитории: молодые разработчики идей, инвесторы и представители некоммерческих организаций, благотворительных фондов, люди с разными компетенциями, чтобы они могли эффективно друг друга дополнять.

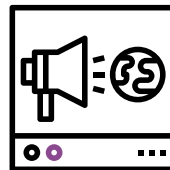
# ПИТЧИНГ

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Метод питчинга может служить инструментом обучения и получения обратной связи, когда авторы идеи защищают и обосновывают ее перед более опытными коллегами.

## До мероприятия



Определите место и дату мероприятия. Участники должны заранее знать, какие эксперты находятся в аудитории и к кому они обращаются.

# ПИТЧИНГ

## Во время мероприятия



Строго следите за таймингом выступления каждого спикера, оставляйте время на вопросы и обсуждение.

## После мероприятия



Разошлите авторам идей те советы и комментарии, который им давали участники вечеринки идей для того, чтобы они могли в дальнейшем работать с ними.

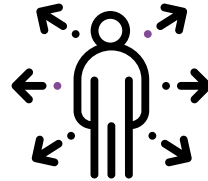
# Технология открытого пространства (Open Space Technology)





# Технология открытого пространства (Open Space Technology)

## Описание формата



Технология открытого пространства (ТОП) основана на «Законе двух ног»: Если во время групповой работы вы осознаете, что ничему не научитесь и ничего не можете дать другим, используйте свои две ноги. Перейдите в другое место, где вы можете чему-то научиться или что-то привнести.

## Строгий / нестрогий формат



Нестрогий

## Случаи его использования

В ТОП целенаправленно создаются условия для проявления способностей человека к самоорганизации. Достигается это за счет четырех принципов и одного закона:

- **Принцип 1:** Кто бы ни пришел, это правильные люди. У любой группы есть все необходимое, чтоб прийти к желаемому результату в обсуждении.
- **Принцип 2:** Что бы ни происходило, это единственное, что могло произойти. Наилучший возможный результат создается здесь и сейчас, и мы создаем его вместе.
- **Принцип 3:** Когда бы оно ни началось, это правильное время. Подходящий темп обсуждения создается на месте.
- **Принцип 4:** Когда оно закончилось – тогда и закончилось. Участники сами регулируют какие темы и как долго они обсуждают.

# Технология открытого пространства (Open Space Technology)

## Возможная аудитория

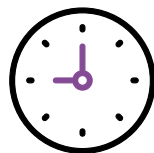


Лучше всего подходит для большого количества участников.

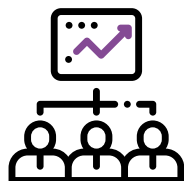


Количество участников:  
от 20 человек.

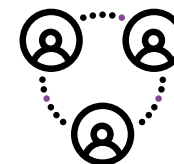
## Основные составляющие формата



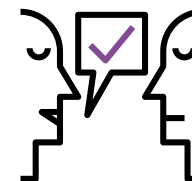
Время: 2-3 часа.



Инициативные участники самостоятельно предлагают свои темы перед всеми, пишут их на флипчартах, там же накидывают план работы. Далее все участники ходят между флипчартами и решают, к обсуждению какой темы они хотят присоединиться (по принципу «ярмарки» или «рынка»: каждый самостоятельно находит то, что ему интересно).



С этого момента фасилитатор больше не управляет происходящим: участники самоорганизуются, расходятся по группам и начинают обсуждение.



20 минут на вводную часть с объяснением принципов и закона, около 20 минут на «рынок идей» и еще 20 – на подведение итогов. Остальное время - дискуссии между рынком и подведением итогов. Время можно варьировать в зависимости от количества участников.

# Технология открытого пространства (Open Space Technology)

## Возможные содержательные итоги мероприятия



Технология служит для обмена опытом и выработки возможных вариантов решения проблем.

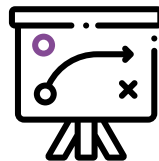
## До мероприятия



Определите место и дату мероприятия, предусмотрите возможность зонирования пространства для работы разных групп.

# Технология открытого пространства (Open Space Technology)

## Во время мероприятия



Роль фасилитатора ограничивается лишь тем, чтобы наблюдать за процессом, а в конце собрать флипчарты с результатами работы групп, подвести итоги и объявить об официальном окончании сессии. Обеспечьте участников флипчартами, маркерами и отдельными зонами для малых групп.

## После мероприятия



Каждая группа сама подводит итоги своей работы, ведет протокол по заданной форме. По окончании open space все участники получают подготовленную документацию, список участников с их координатами, сделанные фотографии, разработанный совместно график работы и т.д.

## Где можно посмотреть дополнительную информацию



<http://www.openspaceworld.org>