

ДЕПАРТАМЕНТ КУЛЬТУРЫ ГОРОДА МОСКВЫ  
Государственное бюджетное учреждение культуры города Москвы  
«Культурный центр «Ивановский»

## **Проект «Культурные центры. Будущее»**

**Методический материал**  
**на тему: «Методика организации и проведения интеллектуальных игр**  
**в учреждениях культуры»**

Интеллектуальные игры ("Что? Где? Когда?", "Брейн-ринг" и др.)

Номер по сроку реализации: 5  
Номер по присланному списку: 17  
Номер поручения в ЭДО: Д-02-02-2633/17

Учреждения, ответственные за реализацию идеи,  
осуществляющие настоящий проект и разработавшие  
методические рекомендации:  
ГБУК г. Москвы "КЦ "Ивановский", ГБУК г. Москвы "КЦ "Вдохновение"



## Оглавление

1. Актуальность проекта в контексте деятельности учреждений культуры и социально-экономической ситуации .....	4
2. Основная цель проекта и формулировка задач в последовательности их реализации .....	4
3. Ресурсы, необходимые для реализации проекта и воплощения идеи в деятельность учреждения (материальные ресурсы, кадровое обеспечение, методическое сопровождение, изменения в структуре учреждения и т.п.) .....	5
4. Схема управления проектом в учреждении .....	5
5. Основное содержание проекта .....	7
6. Механизм реализации проекта .....	7
7. PR-кампания по сопровождению проекта .....	10
8. Материально-техническое и финансовое обеспечение проекта (в т.ч. бюджет) .....	10
9. Результаты реализации проекта и перспективы его развития после окончания этапа внедрения .....	11
10. Ответственное лицо, контактные лица для учреждений, использующих методические рекомендации .....	11

## **1. Актуальность проекта в контексте деятельности учреждений культуры и социально-экономической ситуации**

В настоящее время всё большую популярность приобретают различные формы активного времяпрепровождения и наблюдается рост спроса на организацию интеллектуального досуга горожан. В Москве регулярно возникают новые форматы в сфере edutainment для взрослых, например интеллектуальные игры. Наряду с традиционными форматами интеллектуальных игр ("Что? Где? Когда?", "Брейн-ринг", "Своя игра") появляются современные, пользующиеся огромной популярностью у молодежной аудитории. Наиболее распространенный формат – это квиз (командное соревнование, викторина). Потребность в такой форме досуга обусловлена несколькими факторами: во-первых, формат квиза предполагает участие команды, а значит это приятное времяпрепровождение с друзьями; во-вторых, квиз – это соревнование, а значит у участников есть цель побороться за звание самых эрудированных; в-третьих, квиз – это отличная альтернатива привычным формам пассивного досуга. К тому же система квизов выстроена так, что результаты игр сохраняются и суммируются, что мотивирует участников принимать участие в последующих играх.

К настоящему моменту сложился пул организаций, проводящих интеллектуальные игры в Москве: "Мозгва", "Квиз!плиз", "Рисквиз", "Эйнштейн-пати" и другие. Всего на текущий момент в Москве работает 36 крупных компаний-организаторов, регулярно проводящих квизы в центре города. Стоит отметить, что организация квизов экономически выгодна, так как посетители платят за участие (примерно 500 рублей с человека), а также заказывают еду и напитки, если мероприятие проходит в кафе.

Таким образом, организация интеллектуальных игр в учреждениях культуры – это хорошая возможность привлечения молодежной аудитории, расширения линейки форматов проводимых мероприятий, а в среднесрочной перспективе – рост внебюджетных поступлений.

Что касается использования ресурсов, у учреждений есть возможность договориться с одной из существующих компаний-организаторов о проведении квизов у себя на площадке по договору оказания услуг. Либо самостоятельно организовать квизы в том же формате своими силами или с привлечением отдельных исполнителей.

В данной методической рекомендации мы подробно рассмотрим процесс организации квизов в учреждении культуры.

## **2. Основная цель проекта и формулировка задач в последовательности их реализации**

**Цель проекта** – организация интеллектуального досуга для взрослых в учреждениях культуры.

### **Задачи проекта:**

1. Разработка концепции проекта.
2. Разработка плана проведения мероприятий.
3. Поиск специалистов для реализации программы, формирование рабочей группы.
4. Разработка игры: составление вопросов, сценарного плана для ведущего.
5. Проведение PR-кампании для набора участников программы.
6. Проведение игры.
7. Вовлечение игроков в проект, формирование повторного спроса.

### **3. Ресурсы, необходимые для реализации проекта и воплощения идеи в деятельность учреждения (материальные ресурсы, кадровое обеспечение, методическое сопровождение, изменения в структуре учреждения и т.п.)**

Для предлагаемого формата квиза требуются следующие основные материальные ресурсы:

- помещение площадью не менее 80 кв. м;
- компьютер/ноутбук и проектор и/или экраны для вывода вопросов и промежуточных итогов игры;
- музыкальное оборудование;
- столы и стулья по количеству участников команд;
- расходные материалы: блокноты, ручки, бланки для участников;
- призовой фонд для команд, занимающих первые три призовых места + специальные призы и подарки. Например, утешительный приз команде, занявшей последнее место, приз за лучшую фотографию с игры, призы за публикации фотографий с хештегами. Это обеспечивает дополнительную рекламу мероприятий.

Призовой фонд может формироваться организаторами посредством использования собственных ресурсов и/или с привлечением партнеров проекта. Призы могут быть как материальными, так и нематериальными, например, билеты на платные мероприятия учреждения.

Основная роль учреждения в реализации проекта заключается в методическом сопровождении и кадровом обеспечении. Под методическим сопровождением в данном случае подразумевается в первую очередь составление вопросов для игры. Вопросы не могут повторяться, должны быть четко сформулированы. На данный момент в открытом доступе существуют базы вопросов для квизов, однако пользоваться ими при подготовке игр не рекомендуется. Вопросы игры должны апеллировать к логике и эрудиции, в меньшей степени – к знаниям конкретных фактов. Составленная игра должна пройти тестирование фокус-группой.

#### Кадровое обеспечение

*На этапе подготовки игры задействованы следующие сотрудники:*

- координатор проекта;
- менеджер мероприятия;
- PR-специалист;
- дизайнер;
- технический специалист;
- автор вопросов.

*На этапе проведения игры задействованы следующие сотрудники:*

- менеджер мероприятия;
- технический специалист;
- ведущий;
- два модератора (количество может быть изменено исходя из количества игроков);
- фотограф;
- кассир (в случае, если осуществляется продажа билетов через кассу учреждения).

### **4. Схема управления проектом в учреждении**

Ниже представлен функционал сотрудников, привлеченных к реализации проекта.

#### Координатор проекта:

- Разработка концепции проекта.
- Формирование рабочей группы, постановка ТЗ и контроль процессов.
- Составление сметы проекта.
- Поиск и общение с партнерами, формирование призового фонда.
- Корректировка и финальное утверждение вопросов для игры.

Менеджер мероприятия:

- Формирование фокус-группы и организация тестовых игр.
- Регистрация команд на игру, общение с игроками по телефону, электронной почте и т.п.
- Организация церемонии награждения совместно с ведущим.
- Сбор обратной связи.
- Координация действий модераторов, ведущего, фотографа и технического специалиста на площадке.

- Арбитраж: решение спорных ситуаций по апелляции капитанов команд.

PR-специалист:

- Написание пресс-релиза, пост-релиза.
- Размещение информации на сайте и в социальных сетях учреждения.
- Составление контент-плана для соцсетей проекта.
- Проведение PR-кампании, мониторинг публикаций.
- Поиск и общение с партнерами проекта (совместно с координатором)
- Сбор обратной связи.

Дизайнер:

- Разработка фирстиля проекта.
- Полиграфия: афиша, бланки для участников.
- Графика: афиша, баннеры для сайтов, верстка презентации для игры.

Автор вопросов:

- Составление вопросов игры.
- Корректировка вопросов по результатам тестовых игр.
- Составление ТЗ презентации для дизайнера.

Ведущий:

- Проведение мероприятия на площадке.
- Проведение тестового мероприятия.

Модераторы (2 человека):

- Встреча гостей.
- Сбор бланков команд
- Контроль тайминга раундов.
- Контроль соблюдения правил участниками команд.
- Сверка ответов и подсчет баллов команд.
- Передача результатов техническому специалисту для вывода на экран.
- Арбитраж: решение спорных ситуаций по апелляции капитанов команд.

Технический специалист:

- Подготовка площадки.
- Аудиовизуальное сопровождение игры.
- Верстка презентации с результатами команд.

Кассир (при наличии):

- Продажа билетов на мероприятие.

Фотограф:

- Осуществление фотосъемки мероприятия с последующей обработкой фотографий и передачей PR-специалисту.

Представленный выше функционал может быть распределен между сотрудниками учреждения (сотрудник может выполнять/совмещать несколько обязанностей), а также путем привлечения сторонних исполнителей, зарегистрированных на портале поставщиков, путем заключения контракта.

## 5. Основное содержание проекта

Содержание проекта с точки зрения его подготовки можно разделить на 4 основные функциональные группы:

- **Контент:** написание концепции, выбор названия, создание фирстиля, поиск партнеров, составление вопросов, создание презентации, подбор музыкального сопровождения.
- **Тестирование:** формирование фокус-группы, проведение тестовой игры в удобном формате. Репетиция игры в связке ведущих – технический специалист.
- **Организация записи:** создание формы для записи, коммуникация с игроками, организация обратной связи с командами, организация продажи билетов.
- **PR:** Составление контент-плана, поиск инфопартнеров, организация PR-сопровождения мероприятия.

## 6. Механизм реализации проекта

Для реализации проекта необходимо осуществление следующих шагов:

### 1. *Разработка концепции проекта.*

Самым первым шагом в реализации является разработка концепции. На этом этапе формулируются основные параметры реализации проекта, исходя из запросов аудитории и ресурсов конкретного учреждения. Описывается видение программы для достижения целей. Формируется образ целевой аудитории, задается продолжительность и периодичность серии мероприятий, указываются плановые показатели. Придумывается название и разрабатывается фирменный стиль. Привлекаются партнеры проекта.

### 2. *Разработка плана проведения мероприятий*

Разрабатывается календарный план. Важно помнить, что в случае заинтересованности игроки захотят принять участие в игре снова, и чем меньше им придется ждать, тем больше вероятность, что команда вернется на следующую игру в полном составе. В связи с этим рекомендуется проводить оригинальные игры не реже 1 раза в 2 недели.

### 3. *Поиск специалистов для реализации программы, формирование рабочей группы*

Исходя из ресурсов учреждения формируется состав рабочей группы и распределяются обязанности, указанные выше. Обязанности, не входящие в компетенцию сотрудников учреждения, возлагаются на приглашенных специалистов. Например, фотосъемка и проведение мероприятия (роль ведущего) могут осуществляться специализированными компаниями и оплачиваться из внебюджетных средств организации посредством заключения контракта на портале поставщиков.

### 4. *Разработка игры: составление вопросов, сценарного плана для ведущего, составление презентации*

При составлении вопросов для игры важно принимать во внимание следующее:

- вопросы в каждой игре не повторяются;
- вопросы имеют один правильный ответ. В противном случае во время игры придется тратить много времени на решение спорных ситуаций с игроками;
- вопросы предельно четко сформулированы;
- ответы на вопросы интересны, в идеальном варианте игрокам захочется поделиться новой информацией, которую они узнали в игре;
- вопросы разнообразны по форме. Следует использовать аудиовопросы, фотографии, картинки и видеоролики.

*Примерный сценарий игры содержит в себе следующие раунды:*

- Разминка: 10 вопросов по 1 минуте + 1 минута в конце раунда на сверку.
- Тематический блок: 5 вопросов по 1 минуте + 1 минута в конце раунда на сверку.
- Рынок: 3 вопроса по 3 минуты + 2 минуты в конце раунда на сверку. В этом раунде команды могут делать ставки на свои ответы. Если они уверены в своем ответе, они могут поставить в бланке "+2" или "+3", но в случае проигрыша эти баллы вычитаются из их предыдущих результатов.
- Тематический блок: 5 вопросов по 1 минуте + 1 минута в конце раунда на сверку.
- Тематический блок: 5 вопросов по 1 минуте + 1 минута в конце раунда на сверку.
- Блиц: 5 вопросов по 30 секунд, сразу по окончании времени на ответ на пятый вопрос участники сдают бланк. Каждый правильный ответ – 2 балла.

Составление вопросов для игры - трудоемкая задача, однако при подготовке не одной игры, а сразу серии, время подготовки значительно сокращается. Во-первых, начав читать одну тему для составления вопроса, можно параллельно собрать много интересных фактов для формирования пула вопросов к подобному туру следующей игры. Во-вторых, со временем приобретает навык формулирования вопросов к игре.

Источников вопросов может быть довольно много, в качестве наиболее интересных форматов и подборок материала можно назвать такие проекты как Argamas (гуманитарные науки), Geektimes (современные технологии), Постнаука и другие.

#### 5. *Организация тестовой игры*

Процесс составления вопросов на первый взгляд может выглядеть довольно простым, однако опыт показывает, что авторы вопросов могут не учесть большое количество нюансов. Организация теста представляется обязательной к проведению перед каждой оригинальной игрой и в зависимости от ресурсов может проходить в следующих вариантах:

- полноценная тестовая офлайн игра с фокус-группой;
- поиск экспертов по тем или иным вопросам и консультация с ними;
- онлайн игра с фокус-группой с соблюдением оговоренного в предстоящей игре тайминга. Наиболее удобным форматом в данном варианте является чат с игроками;
- онлайн игра с фокус-группой без соблюдения тайминга. Вопросы могут быть оформлены в виде документа, который отправляется по почте участникам фокус-группы или выкладывается на общий диск. Игроки в удобное время отвечают на вопросы и оставляют свои комментарии.

#### 6. *Проведение PR-кампании для набора участников программы*

Более подробно PR-кампания по сопровождению проекта описана ниже.

#### 7. *Организация записи на игру и продажи билетов*

Для организации записи можно использовать следующие ресурсы:

- Google Form или Typeform;
- Timepad;
- Intickets, ticketscloud и других билетных операторов или собственный шлюз по продаже билетов через интернет.

В случае, если учреждение по каким-то причинам не может реализовывать билеты непосредственно перед мероприятием на площадке и вводит правило обязательной предоплаты, стоит выбрать вариант сотрудничества с Intickets, ticketscloud и других билетных операторов или собственный шлюз по продаже билетов через интернет.

Однако если предварительная оплата билета участником не обязательна, рекомендуется организация регистрации с использованием инструментов Timepad или Google Form, поскольку они позволяют организаторам запрашивать любую важную для реализации проекта



информацию, собирать контакты для последующей коммуникации с командами, а также регистрировать как отдельных участников, так и команды вместе.

В случае, если посетитель собирается принять участие в игре, однако у него нет сформированной команды, организаторам следует предложить ему найти себе компанию во встрече мероприятия (события) в социальных сетях или самим связаться с другими одиночными игроками.

Количество мест, доступных для записи, определяется на самом первом этапе координатором проекта исходя из технических возможностей помещения. В самом благоприятном случае после того, как количество зарегистрировавшихся игроков достигло этой цифры, организаторы оставляют командам возможность записаться в резерв. Накануне мероприятия, если по результатам обзвона какая-либо команда отказалась принимать участие в этот день, ее могут заменить участники из резервного списка.

Утром в день мероприятия менеджер проводит финальный обзвон команд с целью актуализировать количество участников в них. Это необходимо как для подготовки помещения (расставить стулья и столы), так и для возможного приглашения дополнительных игроков.

#### 8. *Проведение игры*

К моменту начала игры столы и стулья уже расставлены. На каждом столе должны быть листочки-черновики, ручки и табличка с названием команды, которая должна за него сесть.

На этапе сбора менеджер мероприятия контролирует, все ли команды собрались, и связывается с опаздывающими участниками для уточнения или организационной помощи. На этапе сбора в зале звучит музыка, игроки могут выпить чай. В случае, если команды опаздывают, мероприятие может задержаться на время до 15 минут. По сигналу менеджера выходит ведущий и начинается игра.

Ведущий приветствует команды, представляет партнеров проекта (при наличии) и объясняет правила игры.

##### Самые главные правила:

1. Нельзя пользоваться мобильными устройствами. При появлении телефона в руках игроков команде начисляются штрафные баллы - вычитается 10 баллов из командного зачета.

2. Когда истекает время, данное команде на ответы на все вопросы в раунде и их сверку, участники должны поднять бланки вверх и передать их модераторам. В случае, если время, данное на сдачу бланков, истекло, а бланк не был сдан, вопросы этого тура в командный зачет не засчитываются.

Квиз состоит из 6 раундов (опционально). Каждый раунд имеет свои правила, которые ведущий быстро зачитывает перед очередным игровым блоком (правила, формулировки вопросов и правильные ответы транслируются на экран).

Каждый тур имеет название и состоит из 3–10 вопросов из разных областей. Где-то есть подсказки (нужно выбрать один из 4 готовых ответов), на какие-то вопросы командам нужно придумать собственный ответ.

Игра длится 2–2,5 часа.

Ответы игроки пишут на бланках, которые модераторы собирают после каждого раунда. Сразу после этого на экране появляются правильные ответы и команды могут оценить свои шансы на победу.

После 3-го и 6-го раундов подводятся промежуточные итоги, чтобы команды играли еще более азартно.

Между каждыми двумя или тремя раундами (в зависимости от выбранной схемы и сложности вопросов) объявляются десятиминутные перерывы. Это необходимо для того, чтобы игроки немного перевели дух. В перерывах можно организовать небольшие кофе-брейки с чаем и снеками. Также в перерывах между раундами менеджер мероприятия и модераторы могут получить обратную связь от участников относительно игры.

По окончании последнего раунда объявляется короткий перерыв, за время которого организаторы формируют финальную таблицу с результатами игры. Команды, занявшие призовые места, награждаются призами.

#### 9. *Вовлечение игроков в проект, формирование повторного спроса*

Очень важным является продолжение коммуникации с игроками по окончании мероприятия. После проведения каждой игры учреждение публикует фотографии с мероприятия, делает e-mail-рассылку с благодарностью за участие и информированием о предстоящих играх. Также учреждению будет полезным сбор анкет от участников в электронном виде с целью получения подробных отзывов.

Также можно разработать систему лояльности к командам, занявшим первые места (или, наоборот, последние), посредством предоставления скидки до 100% на последующие игры.

### **7. PR-кампания по сопровождению проекта**

- на сайте учреждения создается специальная страница проекта.
- в социальных сетях создается отдельная встреча игры (событие).
- за три недели информация о предстоящей игре подаётся в ведомственные информационные базы, на общегородские порталы.

- за 2 недели до игры она анонсируется на сайте учреждения, в социальных сетях, в тематических СМИ. При наличии партнеров используются также и их информационные ресурсы.

- за 2 недели до игры осуществляется e-mail-рассылка по базе потенциальных участников с приглашением на игру.

- за 2 недели до игры начинается старт продаж билетов в кассе учреждения и на сайтах-партнерах.

- в день мероприятия менеджер обзванивает команды, актуализирует информацию.
- на следующий день после игры на страницы в социальных сетях выкладываются обработанные фотографии с мероприятия.

- на следующий день после игры осуществляется e-mail-рассылка с благодарностью за принятие участия в игре и ссылками на посты в социальных сетях с фотографиями. В случае, если игры проходят регулярно, в этом же письме участники приглашаются на следующее мероприятие.

- ведется мониторинг публикаций по каждой игре.

### **8. Материально-техническое и финансовое обеспечение проекта (в т.ч. бюджет)**

Организация и PR-поддержка мероприятий осуществляется максимально силами сотрудников учреждения.

Призовой фонд формируется посредством привлечения партнеров проекта, заинтересованных в информировании участников игр о своих услугах и товарах. Также призовой фонд может включать в себя платные услуги, оказываемые учреждениями, при наличии таковых для соответствующей проекту аудитории.

Оплата работы ведущего и закупка призового фонда (при необходимости) осуществляется за счет внебюджетных средств учреждения.

## **9. Результаты реализации проекта и перспективы его развития после окончания этапа внедрения**

Критерии оценки мероприятия, на которые следует обращать внимание при запуске проекта:

Количественные:

- количество посетителей;
- полученные внебюджетные средства;
- сторонние публикации о мероприятии;
- количество просмотров, отметок "мне нравится" в постах;
- повторное посещение мероприятий игроками.

Качественные:

- отзывы в интернет-пространстве и на сайтах-агрегаторах, комментарии постов в социальных сетях;
- отзывы об игре, высказанные лично участниками команд;
- публикации в городских источниках

Перспективы развития:

- Увеличение внебюджета.
- Увеличение аудитории культурного центра.
- Формирование лояльной аудитории.
- Увеличение количества мероприятий, проводимых учреждением.

## **10. Ответственное лицо, контактные лица для учреждений, использующих методические рекомендации**

Начальник отдела организации работы клубных формирований ГБУК г. Москвы "КЦ "Ивановский" Евтихова Любовь Владимировна, [lu.evtikhova@gmail.com](mailto:lu.evtikhova@gmail.com), 8-916-649-63-36