|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **本次督导日期/时间** | 20161012 /14:00-15:00 | **督导地点** |  |
| **督导姓名** | 叶锦熙 | **受督导者姓名** |  |

| **受督导者期望/督导提出本次督导的要点** | **督导给出的建议、意见及布置的任务信息** |
| --- | --- |
| 1. 对今后中心开展工作的一些建议   社区主要是由深圳市人才安居房及政府廉租房构成，目前社区无任何行政职能，大部分信息咨询、登记及行政事务需要社工协助工作站处理，社工需花费大量时间处理社区工作站工作。社区服务中心进驻社区中心一年多的时间，开展的服务与社区居民的需求之间存在一定的偏差。 | * 有没有把问题向工作站表达出来, 口头及书面, 对口沟通, 他们反应如何? * 如反应负面, 可把非社工份内的行政工作量化及记录下来, 设计一个限度及限期, 如过超过的话, 把有岗位撤走, 我在东莞也见过这情况, 当然这个是机构层面的决定, 也是一个非常艰难的决定。 * 我们只能控制自己做些什么, 不能控制他人做些什么。不亢不卑, 是做人处事应有的原则和立场。制度不会一夜改变, 但不做任何动作的话, 改变则会则很难和漫长。 * 倡仪定期性的, 结构性的工作站领导培训, 让他们认识到社工的工作, 介地工作站和社工的合作关系, 工作分配权力和范畴。这个应该是民政局与社协、社工机构层面的工作。 * 当然, 社工也要表现其专业的一面, 言谈、见解、分析、社会效益, 可透过正规与非正规的沟通渠道。 |
| 1. 如何包装民生微实事项目   社区民生微实事项目目前进行到后期，需要对一特色服务及一些比较受欢迎的服务进行包装或完善，为第二年的项目实施做准备。  民生微实事项目主要分为以下几方面：“国学童子军”、“亲子学堂”、“底蕴传统节”、“艺术团风韵”等系列服务。为社区居民提供更多的途径学习了解中国的传统文化，从而发扬传承中华民族的传统文化，“亲子学堂”是通过亲子共同学习，培养亲子之间的默契，“艺术团风韵”则为社区文化之间的交流和互动提供平台和展现的空间，促进良好社区文化的发展，进而提升社区居民的归属感及作为社区一份子的幸福感。 | * 国学文化、音体艺术、康乐活动等都不是, 也不应由社工提供的服务 * 但社工可透过培训、联动有兴趣人士(居民)一起去策划及推行此类活动, 而目的是个人提升(自尊自信、表达能力、组织能力、带领技巧、会议技巧、自我实现等)、人际关系发展(结交朋友、成家立室)及改善社区/社会(环境、政策、互助、包容、和谐) * 所以搞这类活动如果没有志愿者参与、社区组织的联动, 是没有什么社会工作效益的 * “国学童子军”、“底蕴传统节”、“艺术团风韵”可发展成自务兴趣小组性质, 社工的角色是连接资源(找导师)、提供场地、物资、安排表演及服务机会,帮助有时间有兴趣的毕业同学成立一个同学会(骨干组织),发挥自助、互助、助人机会。社工多扮演顾问及资源提供者角色。 * “亲子学堂”，可发展成家长互助网络, 通常会有以下3类活动 - 家庭生活教育/ 家长教育   - 网络内容家庭活动 - 社区服务   * 至于如何包装活动, 请参考附页 |
| 1. 社区品牌建设及特色项目服务的建议   现在社区服务中心入驻桂湾社区已经满一年，目前处于第二年运营针对社区居民的服务较分散，服务群体固定化，未有明确具体专项服务。社区现阶段将入驻两家社会公益组织，一家是针对青少年方面的服务，一家是针对志愿者方面的服务，对于社区服务中心接下来开展服务存在很大的压力。 | * 是否对社区的问题、需要、目标对象、服务空隙掌握不足? * 社区内有健康社群和弱势社群, 社工的策略一般是培训一些健康社群去服务弱势社群, 从而打破隔漠、消除歧视、拉近关系、达致共融、建立起一个包容、互助、互爱、和谐的社区。 * 目前社群内有那些服务空隙, 最需要接受服务的弱势社群得不到或得不足服务? 独居长者、抑郁长者、痴呆症长者、弱能人士、严重伤残人士、精神病康复者、SEN、边青? * 目前有那些健康的社群有时间、有兴趣去提供服务? 长者、妇女、退休人士、在职人士、外劳工、儿童? * 按社工的能力和经验, 较易入手、较易执行、易见成效的服务有那些? * 「伴你同行 / 梦想成真」朋辈支援计划 : 弱智、盲人、肢体伤残、抑郁/痴呆长者、精神病康复者 * 长幼共融计划: 中学生教手机、长者教烹饪 * 妇女/长者绿色社区大使 * 项目包装及内容：   三个月培训 + 半年实期 + 联合户外活动 + 公众教育展览 / 分享会 / 发布会;  启动仪式与结业礼  - 社会效益体现于志愿者人数与服务接受者人数、孵化了多少个互助织、联动了多少个社区组织? 个人、群体、社区的提升? |

附件(一) 活动包装

<https://www.ptt.cc/man/csmu-family/DFCB/M.1164207658.A.471.html>

其实活动就像是一个产品；除了「料好味美」之外，一个好的包装，更能 让整个活动显得更精彩、也更精致。因此，本篇将就「活动包装」的概念及方式为大家做一些说明。

目的：

■ 让活动更具吸引力。

■ 弥补活动设计上的不足。

■ 丰富活动参与者的想象。

方式：

一般的活动，大至一个营队，小至一个晚会、或是一场大地游戏，大致上 都可以有下列几种包装方式。

■ 主题式包装：运用名称、标题、以及搭配主题活动来突显要求。

　　　　　　　通常 以一个营队最为适用。

■ 故事式包装：运用故事性来贯穿活动的情境，塑造参与者的融入感。

　　　　　　　通常以大地游戏或晚会最为常用。

■ 视觉式包装：运用衣服、海报、标志或是相关物品来营造整体包装感。

　　　　　　　通常以营队、园游会、大型晚会或表演会最为常用。

■ 心理式包装：运用口号、宣誓、祷告、或是相关活动来塑造心理上的认同。

　　　　　　　通常以营火晚会、教会营队最为常见。

■ 综艺式包装：运用大家熟知的节目或表演方式，使参与者有熟悉感与新鲜感。

　　　　　　　通常以晚会最为常用。

■ 风格式包装：交错运用上面各种包装，再调配出各种不同的气氛。

　　　　　　　通常以干训营最为常用。

以下，我们将就各种不同的包装方式，举个例让大家看看～

■ 主题式包装：

个案：原野大学即将为高中生举办一个学校营队，主要是希望让高中生可以到原野大学看

　　　看，体验一下原野大学的生活，进而可以在未来选校时，将原野大学列为第一志愿。

包装方式：主题式包装

营队名称：原野生活体验营

营队宗旨：完全暂离高中繁重的课业，五天四夜体会原野大学的新鲜人生活，探索智慧与

　　　　　生活的平衡点。

主题活动：在活动的设计上，就要多设计一些「原野探索」、「星夜呢喃」这一些第三学

　　　　　期课程。

注意事项：一、这一类型的包装通常最主要的目的是在招生；次要的目的是让整个营队更

　　　　　　　有特色。

　　　　　二、可以多运用一些广告手法，但切忌华而不实。

　　　　　三、这一类的包装方式就是职场上「营销」的范畴；若是学生朋友，可以多请

　　　　　　　教已有工作经验的人。

■ 故事式包装：

个案：诚实大学历史系的历史营中，他们打算在第一天下午举办一个大地游戏。而游戏的

　　　设计上，一共有八个小队，共有六关，采轮站式。

包装方式：故事式包装。

故事主题：三国英雄大集合。每一小队必需先选一个代表人物来当做守护神（关羽、张飞

　　　　　、赵云、吕蒙、周瑜、孙权、张辽、许褚）

各关关名定为：桃园三结义、长阪坡、赤壁之战、七擒孟获、空城计 、三顾茅芦。

各关关主分别为：刘备、夏候惇、曹操、孟获、司马懿、孔明。

跑关卡更名为「军令状」。总关主在出发之前，带大家宣誓时，要以出师表的感觉来改编

誓词。

注意事项：一、不必硬要去强求故事性与活动内容的相符。比如说「空城计」这关所玩的

　　　　　　　大地游戏也可能可以是「踩气球」；不过，如果能够扯上关系是最好了。

　　　　　二、故事最好是大家熟的（如：三国演义）、参与者熟悉的（如：小学生的就

　　　　　　　以神奇宝贝为主）、与营队本身有关的（如篮球营的就以NBA的队名定各关

　　　　　　　名称）。

　　　　　三、当有了故事性之后，最好各式海报、口号、穿着都可以仿故事时代及背景。

　　　　　四、既使有了故事来做包装，但活动的本体仍是很重要的。

■视觉式包装：

个案：怀幼社为了庆祝儿童节，并筹募学校附近晴光孤儿院的经费，决定举办一个园游会

　　　。除了邀请孤儿院的小朋友来玩之外，更让附近的居民一同参与。

包装方式：视觉式包装。

活动主题：绿野仙踪园游会─给孩子一个梦想

场地包装：会场门口搭置童军营门，并将绿野仙踪的故事，以海报的方式贴在营门上。

摊位包装：每个摊位都以绿野仙踪的花、草、朴克牌等来包装。

人员包装：来参加的小朋友都赠送兔子、机器人、狮子、稻草人的面具或头带。

注意事项：一、在布置时仍必需考虑一般园游会布置的特点，如风大、下雨、可触摸等。

　　　　　二、所挑选的主题最好强烈一点，如神奇宝贝等。千万不要选一点太过抽象或

　　　　　　　广泛的，如：海洋世界、宇宙飞船。

■心理式包装：

个案：灵粮堂为了让小朋友在暑假可以更接近神，决定举办一个五天四夜营队，并在第三

　　　天晚上举行一个营火晚会。

包装方式：心理式包装。

主题活动：在营火晚会中，以戏剧、诗歌的方式让小朋友可以感受这气氛，最后以静思或

　　　　　奉献做最高潮。

使用技巧：在之前的点火中，可带领大家祈祷；在戏剧中可带领着大家高喊；在静思中可

　　　　　带领大家祷告。

注意事项：一、一般的宗教营队其实都很习惯这样的包装方式，但却需注意一下有没有过

　　　　　　　头，而让活动失去了本身的趣味性及丰富性。

　　　　　二、一般有主题性的营队倒是可以多多运用，如：环保营。

　　　　　三、这样的包装方式，最重要的是要让参加的伙伴认同一个目标，所以，一定

　　　　　　　要有明确的目标才好运作。比如说：康辅营就不适合以这样的方式包装，

　　　　　　　让大家愿意为康辅奉献牺牲。

　　　　　四、「心理式包装」与「催眠」是很相似的，大家要有分辨的能力。基本上，

　　　　　　　您希望参与的伙伴可以自主选择「愿意」或「不愿意」的，就是包装；若

　　　　　　　您希望参与的伙伴都无条件接受的，就是催眠。

　　　　　五、若是大家对这方面有兴趣，可以去参加一些传销的说明会。（要记得想办

　　　　　　　法脱身！）

■综艺式包装：

个案：宇宙国中的毕业旅行中，带领的旅行社决定在第二天（星期天）晚上办一场晚会。

包装方式：综艺式包装。

晚会主题：宇宙星期天。

活动设计方式：仿「超级星期天」的一些知名节目及游戏，如：你说我猜、大头贴、超级

　　　　　　　比一比、超级任务等。善用团康、戏剧的方式制造欢乐的气氛。

口号：宇宙星期天～Super

注意事项：一、最好是大家耳熟能详的综艺节目，如：非常男女、超级星期天、世界大不

　　　　　　　同、恋爱讲义等。

　　　　　二、不论是主持人的名字、节目的名称都不要一样，似是而非才有趣味。

　　　　　三、模仿综艺节目时，不一定都是游戏；比如说：超级任务这个单元，就可以

　　　　　　　用演戏的方式演出，只要剧本编的好，效果就会有。

　　　　　四、通常这样的晚会需要大量的道具、台下的伙伴也需要一些互动，所以最好

　　　　　　　放在营队的后几天。

■ 风格包装：

个案：精华大学康辅社将针对新进的大一新生举行干部训练营。

包装方式：风格式包装。

活动名称：攀越巅峰训练营。

视觉包装：从海报、标语、报到台等布置，就以最精致的方式呈现，标语并以激励性的文

　　　　　字为主。

风格包装：所有的工作人员在营期中，统一以整齐制服；除值星官保持严肃外，所有工作

　　　　　人员都以和蔼但不搞笑、亲切略带严肃的方式面对伙伴。

活动包装：各型晚会都以最精致的节目呈现；所有的小队时间都特别强调「学习」、「荣

　　　　　誉」；进修股安排大量的作业，让伙伴可以在最短的时间内学习，并感受到压

　　　　　力。

注意事项：一、在这种包装方式上，必需是各股配合、而且所有工作人员一致；若是有人

　　　　　　　不能配合，效果会非常不好。

　　　　　二、这样的包装方式其实不适合一般营队，因为一般营队需要有各种不同风格

　　　　　　　的人，黑脸白脸都要有人扮。因此，若是决定采取风格包装的活动，最好

　　　　　　　多多考虑。

如何安排：

基本上，一个活动没有经过包装，也可以。但是经过适当的包装后，活动的整体感会变得

更好。而我们在思考如何包装活动时，可以依下列步骤来

做～先将这个活动的人、事、时、地、物这五大考虑都想好。

■ 依据上列五大考虑，决定采用哪一种包装方式。

■ 根据所决定的包装方式，来拟定最根本的基调。

■ 依据基调，从各股工作、活动中的各流程来改变及设计。

■ 确认安排出来的活动有没有怪怪的。

■ 确认安排出来的活动有没有呈现出我们想要的基调。

■ 确认安排出来的活动是不是还符合当初我们举办活动的目的。

■注意事项：

活动包装并不是一定要做的事，量力而为。

不要因为一味追求大量的活动包装，而让活动最基本的内容给忘了。

不是每个人都有活动包装的想法及观念，若是与人一起工作时，不必强求。

只有少部份的活动包装，等于没有包装。

基调不要偏离主题太远。（比如说环保营的晚会，以「太空漫游」为主题）

在一个营队之中，不同活动的包装也不要相差太多。

若是采用故事性包装时，务必考虑参加伙伴的年龄层。

附件(二) 活动包装案例

弱势族群家庭亲子联谊活动计划书范例

一、目 的：为提升小区内弱势族群家庭亲子互动关系，培养亲子间感情及畅通亲子沟通管道，利用周休假日鼓励亲子走携手出户外，参与小区活动落实辅导成效，营造温馨祥和之社会。这个目的很丰富, 多元, 领导或居民看了或会感觉良好

二、指导单位：中坜市公所

三、主办单位：中坜市美满小区发展协会

四、协办单位：美满小学、美满里办公处、XX妇女会、XX文艺会....  
 以上能达到「跨介别」合作, 是一个好的社区团体互动, 也是一个应朝向的长远社会社区工作目标和效益

五、活动时间：97年8月26日星期日上午8时至12时

六、活动地点：美满小区活动中心

七、活动项目：1.家长之互动自我介绍

2.与辅导老师意见交流

3.面食制作-聘请面食专家讲解制作方法，让学生与家长共同参与制作，以互动建立默契，以合作拉近亲子关系。活动跨越了不同的社群: 子女、家长、教师、面食专家; 有参与、互动、发展关系的社工元素

八、参加对象：小区内弱势族群家庭子女及家长预计120人

小区工作人员 20人

学校老师及来宾 10人

合计 150人 参与者及受惠人数众多, 「大堆头」, 数字漂亮

九、预期效益：1.了解家长心声，作为日后改进之参考

2.协助弱势族群走出家庭参与小区活动

3.关怀小区族群融合，建立温馨祥和之社会

字简言深, 很清晰的表述手法, 「预期效益」是每个小组及活动都应思考的一环

十、经费概算：如附件