

ОНЛАЙН-ПРОГРАММА

АДАПТАЦИЯ: ПРАКТИКИ О ПРАКТИКАХ

июнь – август 2020 г.

Как малые территории переживали первое лето карантина?



Летом 2020 года Благотворительный фонд Елены и Геннадия Тимченко и Ассоциация менеджеров культуры провели онлайн программу «АДАПТАЦИЯ: ПРАКТИКИ О ПРАКТИКАХ». Слушателями программы стали более 1300 лидеров социокультурных проектов малых территорий. Участники «АДАПТАЦИИ» обсуждали новую роль культуры, практики партнерств и фандрайзинга, социального предпринимательства, формирования сообществ и работы с подростками, продвижение культурных проектов онлайн и многое другое.

В числе спикеров и приглашенных гостей программы выступили руководители стажировочных площадок конкурса «Культурная мозаика», эксперты и практики в области социокультурного

проектирования, рынков культуры, маркетинга культурных продуктов и услуг, коммуникационного менеджмента, специалисты по внедрению современных цифровых технологий для производства и распространения творческих продуктов и услуг из России, Нидерландов, Великобритании.

В итоговом дайджесте мы обобщили данные опросов аудитории программы о влиянии пандемии на территорию и проектную деятельность. А также собрали материалы по итогам всех онлайн событий: ключевые тезисы и рекомендации экспертов, ссылки на видеозаписи, примеры из практики, кейсы и полезное чтение.

© Ассоциация менеджеров культуры, 2021

ОНЛАЙН-ПРОГРАММА ФОНДА ТИМЧЕНКО И АССОЦИАЦИИ МЕНЕДЖЕРОВ КУЛЬТУРЫ «АДАПТАЦИЯ: ПРАКТИКИ О ПРАКТИКАХ»

июнь – август 2020 г.

Цель программы

Мобилизация лидеров социокультурной сферы из малых городов и сельских территорий и их поддержка для ориентации в кризисной ситуации, адаптации к изменившимся условиям и выработки эффективных тактик и стратегий.

Ключевые принципы программы

- регулярность – график программы включает еженедельные встречи;
- быстрая обратная горизонтальная связь;
- сочетание разных форматов онлайн-коммуникации.

Аудитория программы

Программа стартовала с ядра аудитории – победителей конкурсов «Культурная мозаика» всех лет. Далее аудитория программы развивается с привлечением других субъектов территории. Механика вовлечения – по приглашению/рекомендации представителей сообществ:

- партнерские организации;
- лидеры местных сообществ;
- специалисты управления, представители органов региональной власти;
- российское и международное профессиональное сообщество: аналитики и практики.

Особенность программы

Программа ориентирована на оказание адресной поддержки лидерам социокультурных изменений на местах, являющихся / имеющих потенциал стать драйверами антикризисного реагирования на своих территориях:

- индивидуальная отстройка под запросы сообщества конкурса «Культурная мозаика» и его партнеров;
- оперативное реагирование и разбор случаев, обмен успешными практиками организаций в период преодоления кризисной ситуации.

Ядро аудитории программы

Благополучатели Фонда Тимченко – команды проектов-победителей конкурсов «Культурная мозаика малых городов и сёл», их партнеры и лидеры местных сообществ, специалисты муниципальных управлений, а также действующие социокультурные проектировщики из малых городов и сельских территорий России. В числе спикеров и приглашенных гостей программы – руководители стажировочных площадок и эксперты из России, Нидерландов, Великобритании.

Программа «АДАПТАЦИЯ: ПРАКТИКИ О ПРАКТИКАХ» направлена на выработку навыков анализа ситуации, поиска ресурсов и партнеров для решения вопросов, вызванных новыми кризисными обстоятельствами, обмен работающими практиками и апробированными решениями.

Содержание

НОВАЯ РОЛЬ КУЛЬТУРЫ. РОССИЙСКИЙ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНТЕКСТ 6 	 НОВАЯ РОЛЬ КУЛЬТУРЫ. ЗНАЧЕНИЕ ЛОКАЛЬНОГО И НОВЫЕ ТРЕНДЫ 8	БРИТАНСКИЙ ОПЫТ: КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОСТИ 10 ДИВНЫЙ ЦИФРОВОЙ МИР: НОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ 12
ПРОИЗВОДСТВО И ПРОДВИЖЕНИЕ КУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ ОНЛАЙН 14	 НОВЫЕ ПРАКТИКИ ФАНДРАЙЗИНГА 16	
СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ПРАКТИКИ ПАРТНЕРСТВА И ФОРМИРОВАНИЯ СООБЩЕСТВ 18 	СИЛА СООБЩЕСТВ: ОТ МАЛОГО К БОЛЬШОМУ 20	 ХУДОЖНИК И МЕСТО: АРТ-ПРАКТИКИ ПО ИЗМЕНЕНИЮ ИДЕНТИЧНОСТИ МЕСТА И ВОВЛЕЧЕНИЮ МЕСТНЫХ ЖИТЕЛЕЙ 22
САДОВОДСТВО И ОГОРОДНИЧЕСТВО: ПРАКТИКИ ОБЪЕДИНЕНИЯ СООБЩЕСТВ 24	ПОДРОСТКОВАЯ АУДИТОРИЯ: ПРАКТИКИ ВОВЛЕЧЕНИЯ ТРУДНОДОСТУПНЫХ 26 	АДАПТАЦИЯ В ЦИФРАХ — РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ : РЕЗЮМЕ И ЗОНЫ РАЗВИТИЯ 28



ГЛАВНАЯ
ТЕМА



ПРОЧИТАТЬ
ДАЙДЖЕСТ
СОБЫТИЯ



ПОСМОТРЕТЬ
ВИДЕОЗАПИСЬ
СОБЫТИЯ



КЕЙСЫ



ТЕЗИСЫ



ПОЛЕЗНОЕ ЧТЕНИЕ:
МАТЕРИАЛЫ ОТ УЧАСТНИКОВ
И ЧТО ЕЩЕ ПОСМОТРЕТЬ



ПРАКТИКУМ:
РАБОТА
В ГРУППАХ

НОВАЯ РОЛЬ КУЛЬТУРЫ. РОССИЙСКИЙ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНТЕКСТ

#ВИДЕО ДИАЛОГА
Практики о практиках

#ДАЙДЖЕСТ



Новые вызовы и практики

- Как взять ситуацию под контроль?
- Как адаптировать/переориентировать деятельность в новых условиях?
- В чем общественно важные задачи социокультурного проекта сегодня?
- Как найти ресурсы и эффективные каналы для адресной помощи?



Кейсы

#СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ ОНЛАЙН

Ферма Bowbridge Alpaca

Шотландия

Ламы, альпаки и козы выходят в ZOOM!

Княжево. Еда и ферма

Ярославская обл.

Бесконтактный винный бар на дереве

Лесной отель «Голубино»

Архангельская обл.

Отдых с душой на русском севере! — доставка еды, конкурс видеороликов, сертификаты

Национальный парк «Кенозерский»

Архангельская обл.

Гостевые дома, экотропы

и местная еда навынос

#ЧУВСТВЕННЫЙ КОНТАКТ С АУДИТОРИЕЙ

Музей «Коломенская пастила»

г. Коломна, Московская обл.

Онлайн-встречи за чашечкой чая с пастилой и вкусными историями — онлайн-экскурсии с предварительной доставкой пастилы

Музей-резиденция «Арткоммуналка. Ерофеев и другие»

г. Коломна, Московская обл.

Акция мировая_арткоммуналка YouTube-канале — высказывания резидентов

Акция мировая_арткоммуналка YouTube-канале — высказывания резидентов

Акция мировая_арткоммуналка YouTube-канале — высказывания резидентов

#МУЗЕИ: СНАЧАЛА ДУМАТЬ, ПОТОМ ДЕЛАТЬ

Музей-усадьба Л.Н. Толстого «Ясная Поляна»

(Тульская обл.)

Тезисы



Инна Прилежаева
Ассоциация менеджеров культуры

Способность меняться и интерпретировать свои ресурсы как важные конкурентные преимущества сегодня. Основа устойчивости — новые кооперации и партнерства. Особое значение — способность к выходу в позицию «предпринимателя» в культуре и других сферах деятельности.



Юлия Вронская
Музей-усадьба Л.Н. Толстого «Ясная Поляна», Тульская обл.

Путь рефлексии и исследования собственных ресурсов и устремлений, создание условий для профессионального и личного развития и плотная коммуникация с локальными аудиториями как выбор музея в условиях пандемии.

#МУЗЕИ: СНАЧАЛА ДУМАТЬ, ПОТОМ ДЕЛАТЬ



Светлана Копылова
Агентство развития сельских инициатив, Краснодарский край

Рост спроса на индивидуальные и семейные туристические предложения. Сельский туризм может занять до 15% сектора, важно понимать, что можно сделать уже сейчас.

#СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ ОНЛАЙН



Екатерина Ойнас
Музей-резиденция «Арткоммуналка», Московская обл.

Международные сетевые акции онлайн и адаптация существующих музейных продуктов как новые стратегические направления.

#ЧУВСТВЕННЫЙ КОНТАКТ С АУДИТОРИЕЙ



Алексей Новоселов
Тотемское музейное объединение, Вологодская обл.

Экспресс-экскурсии на 3–5 минут онлайн, поддержка местного бизнеса и реализация грантовых проектов как новые приоритеты.

#ГОРОД, ГДЕ НЕТ ПАНДЕМИИ, В НОВОМ МИРЕ



Полезное чтение: материалы от участников и что еще посмотреть

#ИЗОЛЯЦИЯ И КАК ИЗМЕНИТСЯ МИР

Вирусная критика современного общества. Виталий Куренной

Экология, климат и устойчивое развитие после коронакризиса — как изменится мир? Международный дискуссионный клуб «Валдай»

Музейная изоляция: на грани выхода (о проблемах и успехах российских музеев и галерей — их директора)

#ОПЫТ ДРУГИХ

Европейский опыт развития сельских территорий силами местных инициативных групп

Работа с региональными и нишевыми крауд-проектами

Интермузей-2020. Сборник конспектов избранных сессий фестиваля

Кейс: «Я вам покажу!» Как экскурсовод из Рязани Ксения Паначева без стартового капитала запустила свой туристический проект о малоизвестных достопримечательностях области

#ТЕХНОЛОГИИ И ПРАКТИКИ

Эмоциональный интеллект лидера. Радислав Гандапас

10 идей, как рассказать о проекте в кризис. Наталья Баранова, главред Теплицы социальных технологий

5 вопросов про SMM: как ведут соцсети WWF и Greenpeace России

Ничего не получается: главные ошибки некоммерческих организаций

НОВАЯ РОЛЬ КУЛЬТУРЫ. ЗНАЧЕНИЕ ЛОКАЛЬНОГО И НОВЫЕ ТРЕНДЫ

#ВИДЕО ДИАЛОГА

Адаптация: новая
роль культуры?



#ДАЙДЖЕСТ



Новые вызовы и практики

- Как изменилось понимание места и роли культуры на локальных территориях?
- Какова роль культуры в развитии локальной экономики?
- Каковы инструменты и технологии регионов для устойчивости и развития?

Тезисы



Юлия Рыбакова
Ростуризм

“ Важно движение к культуре как к источнику новых ценностей от культуры как индустрии. Новые тренды: работа со средой, с наследием и смыслами — через создание новых культурных продуктов на территории, развитие человеческого капитала — через форматы обучения и научения, клиентоориентированность — через управление впечатлениями и изучение мотивации.



Ольга Карпова
МВШСЭН (Шанинка)

“ Новые тренды: расширение доступа к контенту, новый диалог с аудиторией и диверсификация культурного предложения — в условиях цифровой экономики, требующей соучаствующего/партнерского менеджмента. Мы должны научиться лоббировать интересы культурной сферы в широком понимании и интересы малых территорий, которые часто остаются один-на-один со своими проблемами. Сегодня коллективное действие — шанс добиться серьезных изменений, а концепт Wellbeing (благополучие) и максимально широкое понимание «социальных эффектов» — основа современной культурной политики.



Николай Прянишников
МВШСЭН (Шанинка), Ассоциация менеджеров культуры.

“ Рост значения локального контента как устойчивый тренд, а умение сформировать сеть и придумать новое направление развития культуры — спасательные навыки для многих лидеров локального развития в изменившемся мире.



Кейсы

«Лето на Волге»

Рекламная компания (Ярославская обл.)
Ключевые сообщения и предложения — «фишки» под каждую целевую аудиторию, предложения для и от операторов, модель онлайн-продвижения



Полезное чтение: материалы от участников и что еще посмотреть

#АКТУАЛЬНЫЕ ГРАНТОВЫЕ КОНКУРСЫ

Гранты Президента Российской Федерации

Конкурсы Минкульты

Конкурс волонтерских центров
в сфере культуры

#КОНЦЕПЦИЯ WELLBEING

В туризме — «Wellbeing: новый формат или модный тренд?» // National Geographic Россия

В HR — «Концепция благополучия — wellbeing — тренд или обязательный элемент корпоративной жизни?»



БРИТАНСКИЙ ОПЫТ: КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОСТИ

#ВИДЕО ДИАЛОГА

Культура как фактор устойчивости и социальной интеграции. Опыт Северо-Восточной Великобритании



Новые вызовы и практики

- Изменения в социокультурном климате региона и планах культурных организаций Северо-Восточной Великобритании.
- С какими проблемами и вызовами столкнулись? Как адаптировали деятельность в связи с ограничениями?
- Какие инструменты и технологии для привлечения ресурсов и устойчивости развития используют организации?
- Произошло ли переосмысление роли культуры в развитии локальной экономики и социальной интеграции?

Тезисы



Ольга Карпова
МВШСЭН (Шанинка),
Москва, Россия

“ Из опыта изучения культурных организаций Северо-Восточной Англии можно выделить следующие секреты их успешности: диверсификация ресурсов и источников дохода, адаптивность под меняющиеся условия, грамотная стратегическая работа с местными сообществами.



Дженнифер Хинвес / Jennifer Hinvес
Школа искусств и социальных наук
Университета Нортумбрии / School
of Arts & Social Sciences, Northumbria
University, Ньюкасл-апон-Тайн, Вели-
кобритания

“ Учитывая специфику региона Северо-Восточной Англии, в свое время сильно пострадавшего от промышленного спада и сопутствующих социально-экономических проблем, многие локальные культурные организации сосредотачиваются на аспектах работы с сообществами, на благополучии и социальной интеграции жителей региона. И даже здесь экономическая база остается уязвимой, несмотря на развитие в регионе креативных индустрий и культурного, событийного туризма, а проблема финансирования культуры, финансовой устойчивости и поиска новых, в т.ч. цифровых, форматов работы сегодня широко обсуждается в Англии.



Кейсы

Ежегодный книжный фестиваль Хексема

Сьюзи Труп / Suzie Troup, Хексем, Великобритания
Часть работы перенесли в онлайн — мастер-классы, писательские и читательские группы для детей 14+ и взрослых, а также объединили известных актеров для онлайн-читки сказок, ставших доступными бесплатно. Фиксируют тренд сдвига от локальных сайтспецифических культурных предложений к смешанным офлайн-онлайн проектам, позволяющим открываться для более широкой аудитории: аудитория фестиваля выросла с 7,5 до 44 тыс. человек.

Сьюзи О'Хара / Suzy O'Hara

Университет Сандерленда / University of Sunderland, Ньюкасл-апон-Тайн, Великобритания:

• Проект «Маленькие Изобретатели» / Little Inventors

Проводили целый ряд онлайн-событий, регулярные и ежедневные конкурсы с разными кураторами и художниками, с инструкциями и видеоконтентом для родителей и детей, вся деятельность выносилась в соцсети и на специальный сайт проекта — параллельно анализировали, какой новый опыт проект дает участникам, соответствует ли эта деятельность его целям и нет ли потери в качестве.

• Проект «Атлас Человеческих Клеток» / Human Cell Atlas

Проект объединяет более 1000 ученых из 50 стран и был частично поставлен на паузу из-за пандемии — переосмыслили способы привлечения аудитории, сосредоточились на создании цифровой инфраструктуры, работали с учеными и художниками, создавая просветительские материалы по клеточным технологиям и исследованиям, в т.ч. и в области вирусологии, связанным с COVID-19.

• Проект «Будущее в фокусе» / Future Focus

Серия исследовательских офлайн- и онлайн-дискуссий и арт-практик, изучающих процессы и пространства кураторства, производства, труда и художественной практики в сложном нестабильном мире.

Сад скульптур Чизбёрн / Cheeseburn в сельском районе графства Нортумберленд

Включение современного искусства — скульптуры и перформативных практик — в ландшафт классического усадебного парка — опыт переосмысления проектов и представление их в виде аудио-визуальных клипов для канала YouTube Cheeseburn Sculpture: онлайн-регистрация, проработка безопасных маршрутов с учетом дистанцирования, фокус внимания на локальные аудитории и внутренних туристов.

Полезное чтение: материалы от участников и что еще посмотреть

Art Hack Practice. Critical Intersections of Art, Innovation and the Maker Movement Edited By Victoria Bradbury, Suzy O'Hara

Пример стратегии восстановления после пандемии «План восстановления и устойчивости Северо-Востока Англии в области культуры и туризма»



ДИВНЫЙ ЦИФРОВОЙ МИР: НОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

#ВИДЕО ДИАЛОГА. ЧАСТЬ 1

Как найти свое место
в цифровой среде?

#ВИДЕО ДИАЛОГА. ЧАСТЬ 2 = #ДАЙДЖЕСТ

Как найти свое место
в цифровой среде?



Новые вызовы и практики

- Кризис цифрового перепроизводства
- Что сегодня в трендах цифрового потребления?
- Как выстраивать стратегию присутствия в цифровом пространстве?
- Как определить специфику культурного предложения и каналы цифровой коммуникации?
- 10 идей для цифровой коммуникации от ведущих экспертов рынка



Кейсы

Made in Ural

г. Екатеринбург, Свердловская обл.
Основатель проекта Владислав Деревянных о том, как продвигать регион при помощи сувениров, ничего не вкладывая в рекламу

I'm Siberian

г. Новокузнецк, Кемеровская обл.
Совладельцы бренда Евгений Старостенко и Александр Чичиков о том, сколько денег им понадобилось, чтобы начать делать сувениры, и почему они жалеют, что не взяли кредит

Cocco Bello Honey

Свердловская обл.
Основатель медового бренда Гузель Санжапова о создании, ребрендинге и развитии деревни «Малый Турыш»

Объединение музеев науки Великобритании

Стратегия цифровых коммуникаций на 2018–2021 гг.

АНО «Идеи для музеев» (Москва)

Коммуникационная стратегия



Тезисы



Инна Прилежаева
Ассоциация менеджеров культуры

Сетевое общество диктует новый тип горизонтальных связей с аудиторией. Иерархические структуры перестают работать. Усиливается роль аналитики и значимость исследований своей аудитории, что дает возможность развивать нишевые проекты в Сети.



Настя Дюжарден
независимый контент-маркетолог

Критерии успеха вашего сообщения: провокативный, оригинальный и грамотный контент, высокие требования к верстке и разнообразие форматов.

#ТРЕНДЫ ЦИФРОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ, ИЛИ КАК МЕДИА КОНКУРИРУЮТ СО СНОМ?

Презентация



Анна Михайлова
«Идеи для музеев», МОСГОРТУР

В разговоре о цифровых коммуникациях важно размышлять не столько о цифрах, сколько о качественных подходах к разработке стратегии и производству контента.

#СТРАТЕГИЯ ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ, ИЛИ ДИНАМИЧНЫЙ ОТВЕТ НА ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЙ ВОПРОС — ЗАЧЕМ?

Презентация



Полезное чтение: материалы от участников и что еще посмотреть

[Шаблон стратегии работы с социальными сетями](#)

[10 идей для цифровой коммуникации](#)

[15 ресурсов о цифровой коммуникации](#)

[Чек-лист об организации онлайн-мероприятия](#)

ЧЕК-ЛИСТ ПО ПОДГОТОВКЕ И ПРОВЕДЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОНЛАЙН СОБЫТИЙ

ПОДГОТОВКА СОБЫТИЯ

- ▶ **ОРГАНИЗИРУЙТЕ ПРЕВАРИТЕЛЬНУЮ РЕГИСТРАЦИЮ НА СОБЫТИЕ**
Это поможет избежать хакерских атак в прямом эфире. Такие платформы для предварительной регистрации как TiltedPad, помогают также сэкономить время: сервер сам разошлет ссылку для подключения участникам.
- ▶ **ОПРЕДЕЛИТЕСЬ СО СТРАТЕГИЕЙ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ**
Если событие предполагает активное взаимодействие с аудиторией — приглашайте участников подключиться к конференции. Если формат мероприятия больше нацелен на вещание, оставьте в zoom только спикеров, и продавайте трансляцию события.

ПРОДВИЖЕНИЕ СОБЫТИЯ

- ▶ **НАЗВАНИЕ И ФОРМАТ МЕРОПРИЯТИЯ — ПОЛОВИНА ДЕЛА**
В ситуации переизбытка онлайн предложений выигрывает яркий нейминг и нестандартный формат события. О форматах онлайн событий можно почитать дополнительно [здесь](#).
- ▶ **ПОЗАБОТЬСЯ О БАННЕРЕ (АФИШЕ) МЕРОПРИЯТИЯ**
- ▶ **СОЗДАЙТЕ СТРАНИЦУ ОНЛАЙН МЕРОПРИЯТИЯ В СВОИХ СОСЕТЯХ**
Этот инструмент позволяет охватить больше аудитории, привлечь через личные приглашения отдельных участников.

РАБОТА СО СПИКЕРАМИ

- ▶ **ИНСТРУКТИРУЙТЕ И НАПОМИНАЙТЕ**
Подготовьте «Памятку / инструкцию» для спикеров. Напомните об основных правилах участия в онлайн-конференции — никогда не бывает лишним! Например, [таблицу](#).
- ▶ **ПОДГОТОВЬТЕ ШАБЛОН ПРЕЗЕНТАЦИИ**
Если у вас серия мероприятий, объединенных общей темой / программой, подготовьте шаблон презентации для спикеров. Презентации, выполненные в едином стиле — хороший деловой тон.
- ▶ **ПРОВЕДИТЕ ТЕСТОВОЕ ПОДКЛЮЧЕНИЕ**
Проведите тестовое подключение со спикерами накануне. Проверьте качество связи, звука, света, картинки. Попросите спикера запустить «демонстрацию экрана» со своей презентацией.
- ▶ **ПОПРОСИТЕ СПИКЕРА ПРИСЛАТЬ ВАМ ПРЕЗЕНТАЦИЮ ПЕРЕД СОБЫТИЕМ**
В случае технических накладок у вас будет возможность запустить презентацию со своего экрана.
- ▶ **ВКЛЮЧАЙТЕ СПИКЕРОВ**
Готовьте экспертов и выступлению, делитесь информацией об аудитории события, о задачах мероприятия.
- ▶ **ПОДУМАЙТЕ ОБ АЛЬТЕРНАТИВНОМ КАНАЛЕ СВЯЗИ**
Если у спикера в день конференции случилась неполадка с проводным Интернетом, у него остается возможность выйти на связь с мобильного телефона и Интернета, а у вас будет возможность помочь с запуском и переключением презентации.

ПРОИЗВОДСТВО И ПРОДВИЖЕНИЕ КУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ ОНЛАЙН

#ВИДЕО ПРАКТИКУМА

Разработка и продвижение событийных, образовательных и туристических онлайн-проектов

#ДАЙДЖЕСТ



Новые вызовы и практики

- Как пройти от большой идеи содержания проекта к концепции и определению целевой аудитории онлайн-события, формату его упаковки и реализации и к формированию каналов продвижения?
- Каковы технологии управления медиареальностью проекта и инструменты сервис-дизайна?

Тезисы



Александр Лукоянов
«Сетевые исследования»

“Сегодня, если вы не представлены в медиасреде, вас не существует.

#ИССЛЕДОВАНИЕ ПОД РАЗРАБОТКУ ПРОЕКТА: РЕАЛЬНОСТЬ И МЕДИАРЕАЛЬНОСТЬ

Презентация



Александра Бобрецова
«ТурАкселератор»

“В эпоху роста горизонтальных связей людям интересны люди и контент внутри нас. Контент — это всё, что мы делаем, и всё, что происходит вокруг. Прогноз CISCO на 2021 год: 82% глобального интернет-трафика составит видеоконтент.

#КОНТЕНТ: РАЗГЛЯДЕТЬ ИЛИ СОЗДАТЬ СОДЕРЖАНИЕ ПРОЕКТА

Презентация

Медиареальность стала более влиятельной, чем всё, что происходит в реальности. Любой продукт сегодня начинается с коммуникации

#КОНТЕНТ: РАЗГЛЯДЕТЬ ИЛИ СОЗДАТЬ СОДЕРЖАНИЕ ПРОЕКТА

Презентация



Практикум: работа в группах

Исследовательский подход к разработке онлайн-продуктов:

- подготовка альбома наблюдений за целевыми аудиториями
- использование «активной социологии» — технологии вовлечения аудитории и обратной связи
- изучение пути потенциального пользователя, или Опыт моего клиента
- поиск коммуникационных разрывов

Инструменты цифровой коммуникации:

- сторителлинг
- медиарасширения продуктов

- инструменты управления инфополем
- инструменты коммуникации с целевыми аудиториями и экосистема digital-туризма

Компетенции или навыки глобальной конкуренции:

- проектирование и развитие продуктов и клиентского опыта
- цифровые продажи и маркетинговые коммуникации
- интернационализация
- сотрудничество и сети
- управление бизнес-операциями

Кейсы

#СТОРИТЕЛЛИНГ ДЛЯ ТЕРРИТОРИЙ

1. Как разглядеть сюжет для живой истории?

2. Как создать медиаисторию, которая работает?

3. Почему они к нам поедут?

4. Рассказчики и идентичности. Истории про людей и места.

#МЕДИАРАСШИРЕНИЯ ПРОДУКТОВ

Hotel Del Coronado

США

Ведет на своем сайте трансляции с пляжа, чтобы показать потенциальным клиентам, чего им не хватает в настоящий момент

Проект «Новый колхоз»

Новосибирская обл.

Можно заказывать экологически чистые продукты, участвовать в развитии животноводческой фермы онлайн

Медиапродукты,

Созданные неравнодушными профессионалами для YouTube. Примеры см. ниже, включая историю о том, как видеоролик группы студентов и выпускников местного университета выиграл конкурс и поднял туризм Исландии после кризиса, вызванного извержением вулкана Эйяфьятлайокудль

Полезное чтение: материалы от участников и что еще посмотреть

#ТУРАКСЕЛЕРАТОР

Раздел медиа: Ю. Склименок, Т. Полонская, А. Сулимов и др.

#ИНТЕРЕСНЫЕ ПРОЕКТЫ

Большая Байкальская Тропа

Проект Альтуризм

Промтуризм

Велосплав

Музей Норильска

НОВЫЕ ПРАКТИКИ ФАНДРАЙЗИНГА

#ВИДЕО ДИАЛОГА

Как сегодня изменилась практика фандрайзинга?



#ДАЙДЖЕСТ



Новые вызовы и практики

- Работает ли сегодня принцип «Собирай людей – деньги придут»?
- В чем специфика привлечения ресурсов в организацию сегодня?
- Как пандемия повлияла на отношения НКО со своими стейкхолдерами?
- Какая стратегия фандрайзинга обеспечивает наибольшую устойчивость НКО?
- Что учесть при запуске краудфандинговых кампаний?
- 10 советов по фандрайзингу и выводы после карантина



Кейсы

Благотворительная общественная организация «Перспективы»

г. Санкт-Петербург
Проект и лэндинг #ПЕРСПЕКТИВЫДОМА – рассказ о работе, новых проектах и сбор пожертвований

Фонд «Дедморозим»

г. Пермь
Акция «Открывайте окна» – сбор историй своих подопечных на отдельной странице и призыв совершать пожертвования и открывать окна в домах их семей. К акции стали присоединяться музыканты и актеры, которые давали онлайн-квартирники и читали сказки в поддержку тяжелобольных детей

Фонд «Вера»

г. Москва
Проект волонтерского фандрайзинга «Не умываем руки» в период пандемии вовлекает все больше людей и организует онлайн-мероприятия

Антивирусное погружение в Никитинский театр

г. Воронеж
Независимый театральный проект без спектаклей под угрозой закрытия (собрано 381 491 руб. из 368 380 руб. – 103%)

Saratovfarm

Саратовская обл.
Строительство экологической фермы – огород уперся в потолок, и экологическая ферма переезжает в новое место и расширяет масштабы производства (собрано 345 372 руб. из 300 000 руб. – 115%)

Благотворительный фонд «Второе дыхание»

г. Москва
Акция «Вы наше Второе дыхание» – сбор денег на поддержание деятельности организации в период пандемии на зарплаты сотрудникам складов (собрано 443 457 руб. из 400 000 руб. – 110%)

«Галерея домовая росписи Прикамья»

г. Соликамск, Пермский край
Музейный проектировщик Ирина Трофимова о том, как разработать краудфандинговую кампанию от и до // Вебинар №3. Летняя «Школа краудфандинга» Planeta.ru

Тезисы



Ирина Меньшенина

автор книги «Собирай людей – деньги придут. Осознанный фандрайзинг»

“ Фандрайзинг – это не только инструменты и технологии, но и образ мышления, образ поведения людей, объединенных общей идеей, общим делом.

#ОСОЗНАННЫЙ ФАНДРАЙЗИНГ: ВОРОНКА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ДОНОРОВ И КЛЮЧИ К УСПЕХУ И ПОСТРОЕНИЮ СООБЩЕСТВ

Презентация



Егор Ельчин
Planeta.ru

“ Краудфандинг – это финансирование, привлечение аудитории и формирование сообществ, предзаказ и проверка идеи.

#КРАУДФАНДИНГ СЕГОДНЯ, ИЛИ РАЗВЕИВАЕМ МИФЫ: МОТИВЫ ПОДДЕРЖКИ, РЕШЕНИЯ И ИДЕИ

Презентация

- определение финансовой цели и периода сбора средств
- подготовка понятного и прозрачного описания проекта / формат сторителлинга
- подготовка стильного, динамичного, короткого (2,5 мин) и вызывающего эмпатию видеообращения, побуждающего к действию
- определение перечня лотов с бонусами и вознаграждениями для доноров
- подготовка и реализация коммуникационной программы по продвижению кампании

#КРАУДФАНДИНГ СЕГОДНЯ, ИЛИ РАЗВЕИВАЕМ МИФЫ: МОТИВЫ ПОДДЕРЖКИ, РЕШЕНИЯ И ИДЕИ



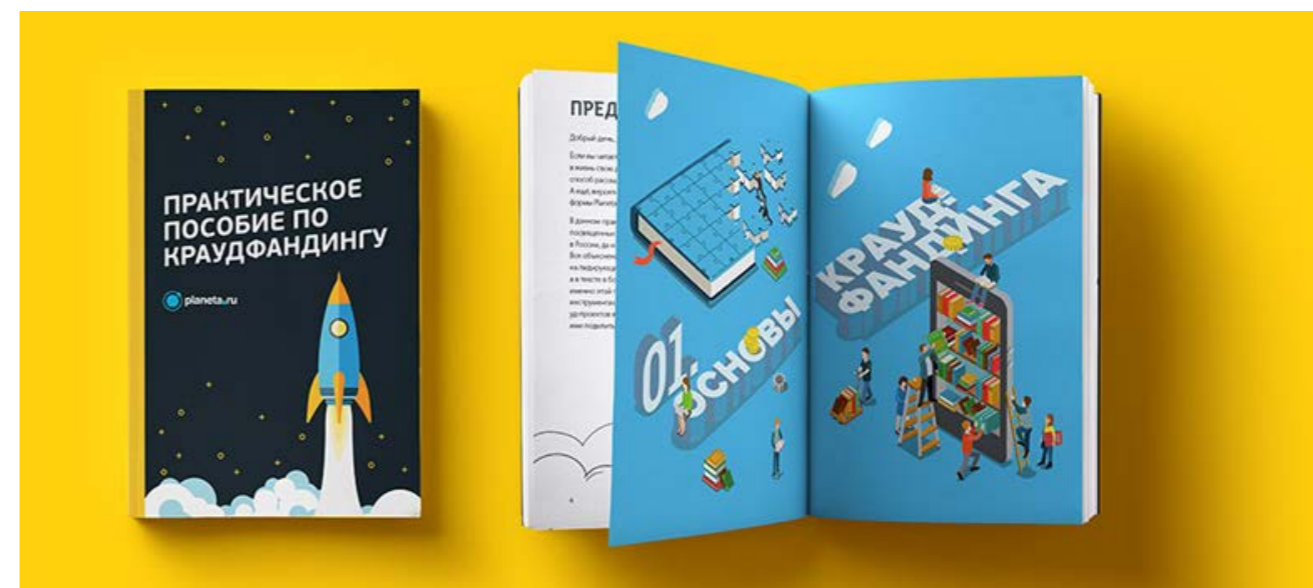
Полезное чтение: материалы от участников и что еще посмотреть

9 инструментов для фандрайзинга: успешные кейсы и сборы

Как составить заявку на грант, чтобы его выиграть

«Школа краудфандинга» от PLANETA.RU

Сторителлинг для авторов краудфандинговых кампаний / Мастер-класс Натальи Барановой, главреда Теплицы социальных проектов



СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ПРАКТИКИ ПАРТНЕРСТВА И ФОРМИРОВАНИЯ СООБЩЕСТВ

#ВИДЕО ДИАЛОГА

Социальное предпринимательство на малых территориях: вызовы и решения



#ДАЙДЖЕСТ

Новые вызовы и практики

- Как сегодня складывается рынок социокультурного предпринимательства?
- Где искать ресурсы и возможности?
- Институты культуры и социальные предприниматели: в чем вызовы и возможности партнерства?
- Государственные меры поддержки некоммерческого сектора и возможности их применения
- Топ-10 социальных проектов в пандемию: идеи, решения и подход

Тезисы



Владимир Вайнер

Фонд развития медиапроектов и социальных программ Gladway, НИУ-ВШЭ

Важно увидеть в себе предпринимателя, который на вызов ответит решением, которое может быть полезно и другим. Не только придумываем решение, но и предпринимаем усилия для его трансляции. Важно, чтобы каждый из вас посмотрел на то, что он делает в своем поселке, малом городе или на территории, как на историю, которая в будущем могла бы стать модельным решением для страны.

[#ВЫЗОВЫ, ФАКТОРЫ, РЕСУРСЫ И КЕЙСЫ](#)

[Презентация](#)



Николай Прянишников

МВШСЭН (Шанинка), Ассоциация менеджеров культуры

Опыт нашего российского предпринимательства — ценный ресурс, т.к. многие социальные функции они брали на себя очень органично, решая проблемы сообществ и городов, и многие обладали такими важными управленческими навыками, как приобретение сторонников и умение заключать договора. Нашим поколениям это дается труднее.

[#КРАУДФАНДИНГ СЕГОДНЯ, ИЛИ РАЗВЕИВАЕМ МИФЫ: МОТИВЫ ПОДДЕРЖКИ, РЕШЕНИЯ И ИДЕИ](#)



Кейсы

#КИТАЙ: СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Феномен Taobao Village

В 2000-х гг. жители деревни разбогатели на онлайн-торговле

#КОРЕЯ: СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Движение за новую деревню, или Сэмаэль Ундо

Программа развития сельскохозяйственных территорий 1970–80-х гг. Программа международного сельского хозяйства КОРИА проходит в 19 странах по всему миру

#ТОП-10 СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В ПАНДЕМИЮ

- ZOOM-спектакль «Люди добрые»: документальный спектакль режиссеров Константина Кожевникова и Олега Куксовского в формате ZOOM-конференции во время карантина, на площадке [Teatra.doc](#).
- **Тизер аукционы** в пользу фондов
- онлайн-обучение от социальных предприятий: **онлайн-курсы от Упсала-Цирка**
- квизы, игры, квесты, ЧГК
- ИЗОИЗОЛЯЦИЯ и партнерства – причастность к культурным пластам и наследию в игровом формате и участие в международной акции открытия видеоархивов
- фоны и заставки (художественные и фотофоны, лицензирование, авторское право и торговля лицензиями)
- объединение персональных вызовов (челенджей) для помощи фондам
- экскурсии из окна своего дома
- марафоны частных архивов и фондов

Полезное чтение: материалы от участников и что еще посмотреть

#СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И КОЛЛЕКТИВНОЕ МИКРОКРЕДИТОВАНИЕ

- **Мухаммад Юнус Мир трёх нулей. Как справиться с нищетой, безработицей и загрязнением окружающей среды**
- **Мухаммад Юнус, Алан Жоли Создавая мир без бедности. Социальный бизнес и будущее капитализма**
- **Мухаммад Юнус Социальный бизнес: общественное благо вместо максимизации прибыли**
- **Ежегодный каталог Социальное Предпринимательство в России**
- **«Я не согласна, что хорошие дела нужно делать тихо».** Как создательница бренда натуральной косметики из Кирова Екатерина Матанцева меняет взгляды людей на экологию и благотворительность.

#ДОКУМЕНТЫ: НОВОЕ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

- меняется система управления – новое Министерство туризма – Указ Президента Российской Федерации от 05.06.2020 № 372 **«О совершенствовании государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности»**
- акцент на развитие внутреннего туризма, сокращение природоохранных зон и появление

новых форм занятости – **План преодоления экономических последствий новой коронавирусной инфекции**

- Федеральный закон от 08.06.2020 № 172-ФЗ **«О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации»**
- 26 июля 2019 г. вступил в силу **Федеральный закон № 245-ФЗ**, который ввел в законодательство Российской Федерации понятия социального предпринимательства и социального предприятия. **Подробнее о критериях и т.д.** раздел, посвященный НКО, на сайте Министерства экономического развития РФ

#ЛЕНТЫ ФЕЙСБУКА ПО ТЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

- **Константин Гаранин**
- **Дмитрий Богданов**
- **Петр Иванов**
- **Андрей Кочетков**
- **Антон Лагутин**
- **Алексей Новоселов**
- **Сергей Каменский**
- **Александр Старков**
- **Катя Затуливетер**
- **Татьяна Евлампиева**
- **Проект Альтуризм**

СИЛА СООБЩЕСТВ: ОТ МАЛОГО К БОЛЬШОМУ

#ВИДЕО ДИАЛОГА

Сила сообществ – от малого к большому



#ДАЙДЖЕСТ



Новые вызовы и практики

- Изменились ли технологии работы с местными сообществами в период пандемии?
- Какие новые проекты и инициативы возникают в малых городах и сельских поселениях?
- Какие исследования сообществ и территории нужно проводить?



Тезисы



Юлия Терехова
Фонд «Открытая коллекция»,
Музей «Дом со львом»
с. Поповка, Саратовская обл.

“ Социокультурные проекты влияют на то, будет ли жить деревня. Важно правильно выстроить коммуникацию с местными жителями.

[Презентация](#)



Николай Прянишников
МВШСЭН (Шанинка), Ассоциация
менеджеров культуры

“ Важно, чтобы инициатива к изменениям исходила не из одной точки, а чтобы появилось несколько субъектов развития. Важно запустить процесс, который стимулировал бы лавинообразный рост заинтересованных членов сообщества, вовлекающих в эту работу. Для этого немаловажно проводить соответствующие исследования территории и сообществ.



Василий Дубейковский
CityBranding, автор книги-практикума
по развитию провинциального
города «Делай как Урюпинск»

“ Развитие малых территорий зависит от возможности максимума людей делать то, что они хотят, чтобы эта творческая энергия и страсть нашли конструктивный выход.

[Презентация](#)



Кейсы

Музей «Дом со львом»

с. Поповка, Саратовская обл.

Технологии, направленные на развитие местного сообщества: насильственная библиотека, образовательные мастер-классы и поездки, микрофинансирование идей местных жителей и др.; технологии, направленные на расширение аудитории проекта: конкурс «Айпад за историю», проект «Двор со львом» и др.

Урюпинск

Волгоградская обл.

Новые проекты местного сообщества в пандемию — изучение окрестностей «Урюпинская Ирландия», лэнд-арт-объект стены «Самоизоляция», новое локальное СМИ «Урюпинское время», новый общественный центр и коворкинг «Гештальт» и др.



Полезное чтение: материалы от участников и что еще посмотреть

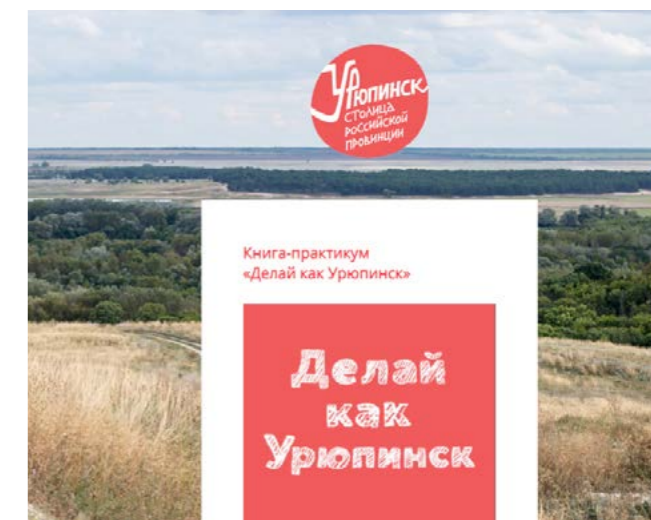
[Подробный иллюстрированный рассказ о Доме со львом на канале художника, дизайнера и архитектора «АРТбук Ульяновой» на Яндекс.Дзен](#)

[«Не только Леонардо, но и народные почеркушки»: как искусствовед восстановила Дом со львом – подробное интервью Юлии Тереховой о проекте на Афиша Daily](#)

[Книга-практикум «Делай как Урюпинск»](#)

[Практики низовых гражданственных инициатив «Делай сам/а». Москва, 2017](#)

[Подробнее о работе с сообществами в статье Н.Е. Прянишникова](#)



ХУДОЖНИК И МЕСТО: АРТ-ПРАКТИКИ ПО ИЗМЕНЕНИЮ ИДЕНТИЧНОСТИ МЕСТА И ВОВЛЕЧЕНИЮ МЕСТНЫХ ЖИТЕЛЕЙ

#ВИДЕО ДИАЛОГА

Сила сообществ – от малого к большому

#ДАЙДЖЕСТ



Новые вызовы и практики

- В чем сила и польза художественных интервенций для сельской местности?
- Как привлечь, вовлечь и построить отношения доверия с местными жителями?
- Как рассмотреть и проявить таланты и навыки местных жителей, вдохновить на создание нового?
- Может ли художник привести новую перспективу в сельскую местность?
- Как искусство может влиять на развитие территории и сообщества?



Кейсы

Опыт творческой группы Myvillages

Художники Вапке Феенстра (Wapke Feenstra), Антье Шифферс (Antje Schiffers) и Катрин Бем (Kathrin Böhm) (Нидерланды. 2003)

Работают в глобальном и локальном масштабе – их сельские проекты развиваются в деревнях Великобритании и Ганы, Германии и Голландии, Испании и России, Франции и Швейцарии. Это проекты про локальные традиции и идентичность, интерпретацию и соучастие. Истории, навыки и знания местных жителей соединяются с исследовательским, художественным и проектным интересом художников. Общественный центр и коворкинг «Гештальт» и др.

Сделано в Звизжи

Калужская обл.

Создание бренда линейки местной продукции Made in Zvizzchi, новое понимание исторического контекста и места благодаря работе с геологами, создание арт-резиденции и керамической мастерской, запуск международного сельского магазина.



Тезисы



Георгий Никич

независимый куратор, разработчик и консультант программ социокультурного развития территорий, Москва, Россия

“ Местные жители не обязательно понимают, что это – искусство, но чувствуют, что к ним проявлено внимание. Местные жители могут проявить свои возможности, увидеть перспективу – что-то сделать на продажу, что-то сделать для повышения своего статуса, а что-то и для формирования нового смысла, образа и значения места. Всё это сосредотачивается в точке, которой невозможно управлять, и эта точка – художник. Он берет на себя не только креативные функции, но и функцию посредничества.

#ХУДОЖНИК В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ: ДОВЕРИЕ РОЖДАЕТСЯ НА ЛИЧНОМ УРОВНЕ



Вапке Феенстра / Wapke Feenstra

художник, Роттердам, Нидерланды

“ Может быть, лучше назвать это «искусством включения». Не я создаю портрет деревни, но ее жители. Я лишь помогаю им создать тот образ, который они сами хотят. С другой стороны, они помогают мне увидеть незнакомую жизнь. Для обеих сторон это необычный опыт. Важно показать людям в сельской местности, что они – создатели, а их работа на земле имеет большую ценность.

#ИСКУССТВО СУБЪЕКТИВНО И НЕ ОБЯЗАНО РЕШАТЬ ПРОБЛЕМЫ. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ХУДОЖНИКА – РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ, АКТ И ФАКТ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ

Полезное чтение: материалы от участников и что еще посмотреть



#MADE IN ZVIZZCHI И ДРУГИЕ ПРОЕКТЫ СОХРАНЕНИЯ НАСЛЕДИЯ

Сила художественных интервенций. Инна Прилежаева

Сборник «Социокультурные проекты как двигатель развития малых городов и сел». М. 2018

Сила комиксов. Как социальный арт-проект помогает возрождать исчезающие национальные языки. Пример проекта, объединившего художников России и Финляндии для сохранения исчезающих языков Севера.

#АРТ-РЕЗИДЕНЦИИ: МОДЕЛИ И ВОЗМОЖНОСТИ

Арт-резиденции: встречный импульс. Россия — Нидерланды 2012–2013 гг.

Арт-резиденция – инструмент переосвоения городов // из авторской программы «Практики Территорий»:

- серия 1: Что такое арт-резиденция в деталях
- серия 2: Акт чистого творчества VS прагматика: отношения художника и места
- серия 3: Арт-резиденция как институт будущего

САДОВОДСТВО И ОГОРОДНИЧЕСТВО: ПРАКТИКИ ОБЪЕДИНЕНИЯ СООБЩЕСТВ

#ВИДЕО ДИАЛОГА

Садоводство и огородничество в публичных пространствах как путь к процветающему сообществу и добрососедству. Анализ кейсов



Новые вызовы и практики

- Как практики садоводства и огородничества могут стать инструментом/триггером для формирования сообщества?
- Как эти практики помогают раскрыть исторический и культурный потенциал малых территорий?
- Как они помогают привлечь внешнее внимание к территории?
- Как появляются подобные инициативы и что делает эти проекты успешными? С какими сложностями и способами их преодоления сталкиваются участники?

Тезисы



Екатерина Гандрабура

эксперт проектов территориального и музейного развития, Ассоциация менеджеров культуры, Москва — Владикавказ

“ За большими и бюджетными проектами благоустройства сегодня сложно рассмотреть инициативные проекты жителей по улучшению среды, оценить философию «малых дел». Но это вопрос чуткости взгляда к такого рода явлениям и возможностям будущих сетевых партнерств и проектов в этой сфере.

#ХУДОЖНИК В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ:
ДОВЕРИЕ РОЖДАЕТСЯ НА ЛИЧНОМ УРОВНЕ



Инна Прилежаева

Ассоциация менеджеров культуры

“ Мы рассматриваем садоводство и огородничество как новый/старый культурный ресурс. Работа с ним открывает новые темы и перспективы для культурного производства и задает контекст для выработки ценностей и механизмов взаимодействия инициативных жителей территории и культурных институций.



Кейсы

#ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Садово-огородный кооператив Allmende

г. Берлин, Германия
Кооператив расположился на территории закрытого в 2008 г. аэропорта Темпельхоф — все дачники обязаны помогать друг другу, но урожай каждый собирает только у себя.

Общественный сад при креативном кластере Tramway

г. Глазго, Шотландия
Перестроенное бывшее трамвайное депо стало домом для Шотландского балета, нескольких театральных кампаний, арт-школы для детей и взрослых, выставочной площадки и кафе. Благотворительная организация разбила здесь сад, в т.ч. с грядками душистых трав, которые используются в кафе, и реализует программы поддержки местного сообщества, продажи растений и т.д.

#РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА

Проект «Цветочные истории Москвы»

Екатерина Гандрабура, АМК, Москва
Изучение истории мест, памяти об отношении горожан к общественным пространствам Москвы в сотрудничестве с малыми музеями Третьяковской галереи, через музейные практики к активному взаимодействию с местными сообществами цветоводов, устроителей клумб и зеленых зон на придомовых участках и др.

Проект «Сады Коломны»

Дмитрий Ойнас, АНО «Коломенский посад», г. Коломна, Московская обл.
По следам коломенского «государева фруктового тракта». Исследование и картирование коломенских садов, возрождение исторических промыслов, садовая археология, обмен саженцами и знаниями

с зарубежными партнерами — формирование сообщества садовых волонтеров, разработка туристического маршрута по садам Коломны для приложения EasyTravel, возрождение исторических фруктовых садов, озеленение городских пространств посадками репы, регулярные акции и чаепития, городской садовый конкурс совместно с муниципальными властями «Красота своими руками» и др.

Проект «Болотов огород»

Александр Гончаров, загородный отель и культурный центр «Болотов-дача», д. Дворяниново, Тульская обл.
Регистрация кооператива как шеринговой площадки для местных жителей, но огород пока не стал звеном бизнес-цепочки и точкой притяжения местных фермеров и огородников, а также источником семян возрожденных разнообразных сортов огородных культур. Однако вокруг проекта сформировано сообщество энтузиастов и посетителей «Болотов-дача», к команде проекта постоянно обращаются издатели, выпущено уже несколько кулинарных книг и фильм, посвященный русскому агроному А. Т. Болотову, превратившему свое поместье в XVIII в. в успешный бизнес. Идет восстановление исторического огорода XVIII в. и изучение русских традиций огородничества.

Проект «Минусинский помидор»

Александр Матвеев, экологическое движение «Зеленый дом — Минусинск», г. Минусинск, Красноярский край
Ежегодный конкурс и праздник «Минусинский помидор» + в городе сформировалось активное сообщество энтузиастов, которое борется за видовое разнообразие в озеленении городских пространств, в контакте с местными властями.

Полезное чтение: материалы от участников и что еще посмотреть

[О проекте «Цветочная история Москвы» его событиях и общественных акциях на Яндекс.Дзен](#)

[Подробнее о А.Т. Болотове и огороде на Яндекс.Дзен](#)

[Об отеле и проекте «Болотов-Дача» на Афиша Daily](#)

[О Конкурсе «Минусинский помидор» и секретах помидороводства](#)



ПОДРОСТКОВАЯ АУДИТОРИЯ: ПРАКТИКИ ВОВЛЕЧЕНИЯ ТРУДНОДОСТУПНЫХ

#ВИДЕО ДИАЛОГА

Найти с подростком общий язык?
Это возможно! Анализ кейсов



Новые вызовы и практики

- Как выстраивать работу с подростковой аудиторией?
- Как сделать подростка соавтором социокультурных проектов: мотивы и форматы вовлечения.
- Почему принцип «партиципаторности» подходит для налаживания доверительных отношений между подростками и учреждениями культуры?
- Как устроить музейные или другие адресованные подросткам пространства, чтобы избирательные тинейджеры заходили туда чаще – по специальному приглашению или без особого повода?

Тезисы



Юлия Мацкевич
Ассоциация менеджеров культуры

“ Ежегодная статистика музейных посещений показывает, что есть несколько традиционных категорий НЕпосетителей, среди которых наиболее труднодоступная – подростки. В подростковом возрасте человек самостоятельно принимает решение, где ему помимо школы проводить время. И учреждения культуры, как правило, замыкают список привлекающих его мест.



Екатерина Змеева
проект «Другой Данилов», Ярославль

“ Работа с подростками – это дико интересно. Значительный успех проекта благодаря выходу на подростков напрямую, а не через различных медиаторов – не через административный ресурс или родителей, и главное – разговор на равных.



Ольга Тюкавкина
Музейно-выставочный центр «Находка», проект «Музей на роликах», Приморский край

“ Мы пришли к ним (подросткам) разделить их увлечения, назавтра они пришли к нам (в музей).



Кейсы

Проект «Межмузейный фестиваль „Детские дни в Петербурге“»

Юлия Мацкевич, АМК

Ежегодно в дни осенних каникул 20 музейных маршрутов и параллельная программа – все жанры, кроме скучного; специальные программы для подростков – программа «Что я тут забыл?» – ежегодно 10 (11) проектов для тех, кто быстро меняется, – отбор идей по конкурсу с консультацией подросткового психолога; ежегодно 5 музейных «подростковых гостиных» (музейные пространства без экспонатов, без детей и взрослых) с бесплатным входом, где можно быть самим собой; подростковый экспертный совет, отдельные группы для подростков в соцсетях и т.д.

Проект «Другой Данилов»

Екатерина Змеева, Ярославль

Экспериментальный проект «Наглядное пособие для прогулок. Другой Данилов. Нескучный путеводитель» – разработка и печать нестандартного путеводителя по городу, предлагающего туристам посмотреть незнакомый, альтернативный Данилов, и представление результатов работы на выставке в местной художественной галерее – все это делается подростками с их взглядом на родной город.

Проект «Музей на роликах»

Ольга Тюкавкина, Музейно-выставочный центр «Находка», г. Находка, Приморский край

Сначала в центре появился молодежный музейный клуб. Его участники – подростки 13–18 лет – оживили проект своими смелыми идеями, привнесли в музей современные направления молодежной культуры. За год в музее появилась экспозиция на роликах, скейтерская команда, пресс-клуб, клуб трейсеров (паркурщиков), граффити-мастерская и молодежная видеостудия.

Проекты Тотемского музейного объединения

Егор Блинов, 11-классник, волонтер, г. Тотьма, Вологодская область

В лице 11-классника музей приобрел не только незаменимого помощника в сфере информационных технологий, SMM, но и «связующее звено» с подростковой аудиторией – совместные проекты «Электронный экскурсовод», «Том Сойер Фест», создание подросткового и молодежного объединения при музее «Неформат», продвижение проектов в TikTok и др.

Полезное чтение: материалы от участников и что еще посмотреть



Сайт фестиваля «Детские дни в Петербурге»:

- [общая группа, для родителей с детьми](#)
- [для подростков](#)

CASE STUDY: Как детский фестиваль подружил петербургские музеи с тинейджерами

Онлайн-журнал о детях и подростках в музеях (ресурс Центра социальных инноваций «Музейный опыт» при поддержке Фонда Потанина)

О проекте подросткового путеводителя по городу «Нескучный Данилов»

О проекте Музейно-выставочного центра г. Находка «Музей на роликах»

О проектах Тотемского музейного объединения (г. Тотьма, Вологодская область)

TikTok Череповецкого государственного университета

АДАПТАЦИЯ В ЦИФРАХ — РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ РЕЗЮМЕ И ЗОНЫ РАЗВИТИЯ

Влияние пандемии: новые возможности и актуальные проблемы территорий

**ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ
НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
ПРОЕКТА /
ОРГАНИЗАЦИИ:**

68%

31 чел.

как импульс для переосмысления своей деятельности и поиска эффективных решений

34%

15 чел.

реализован запуск новых проектов



**БОЛЬШИНСТВО
ГРАНТОПОЛУЧАТЕЛЕЙ
ФОНДА ОЦЕНИЛИ
ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ
КАК СКОРЕЕ
ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ**

59%

26 чел.

адаптировали основные направления деятельности к ситуации (перешли в цифровой формат и т.п.) или придумали и запустили новые проекты

36%

16 чел.

понимали и осознавали необходимость переосмыслить деятельность (переходить в онлайн, развивать форматы и т.п.), но не было ресурсов

5%

2 чел.

зафиксировали полную остановку реализуемых до пандемии проектов



**У ВТОРОЙ ЧАСТИ АУДИТОРИИ
ПРОГРАММЫ, КОТОРАЯ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ
ГРАНТОПОЛУЧАТЕЛЯМИ ФОНДА, ПРОЦЕНТ
ПОЛНОЙ ОСТАНОВКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫШЕ:**

9%

**ВОЗМОЖНОСТИ, КОТОРЫЕ ОТКРЫЛИ ДЛЯ
СЕБЯ УЧАСТНИКИ ЗА ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ**

Новые онлайн-формы и форматы взаимодействия с аудиторией

36%

Повысилась профессиональная активность в цифровой среде

32%

Digital и соцсети стали восприниматься как ресурс

13%

Выход на новых партнеров

13%

Среди возможностей участники также отмечали:

- переосмысление и переоценку деятельности организации;
- развитие волонтерской деятельности;
- получение обратной связи от аудитории;
- участие в онлайн-конкурсах.

**ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕРРИТОРИИ / СООБЩЕСТВ /
ОРГАНИЗАЦИИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ**

Ограничения в проведении офлайн / массовых событий

27%

Низкая цифровая грамотность населения / вовлечение в онлайн-проекты

20%

Ограничения, связанные с интернет-покрытием / отдаленность, большие расстояния

17%

Планирование деятельности

13%

Возвращение аудитории в офлайн / восстановление спроса услуг организации

13%

Снижение дохода населения и, как следствие, сокращение донатов

7%

Развитие туристических маршрутов

7%

Снижение добровольческой активности, недостаток профессиональных кадров, непрофессионализм, отток населения

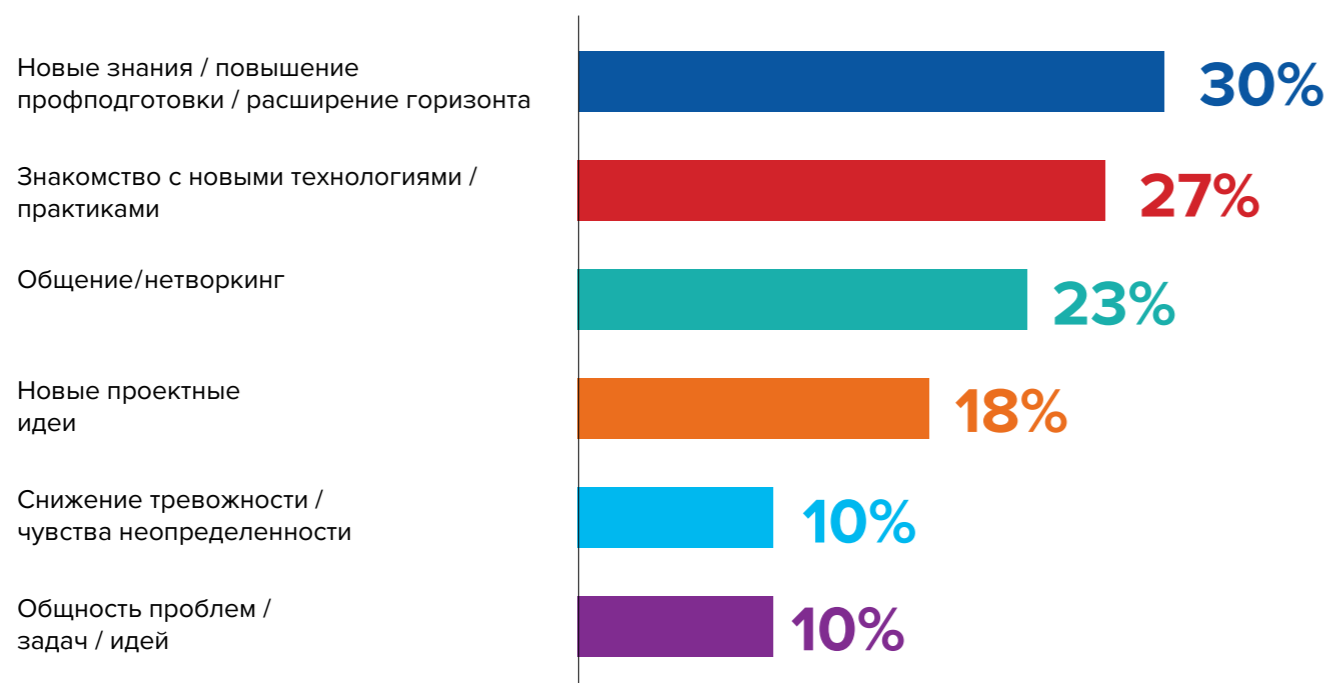
5%

«ЧТО ВАС ПУГАЕТ В ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ?»
В РЕЗУЛЬТАТЕ — ВЕСЬМА ВОДОХНОВЛЯЮЩАЯ КАРТИНА

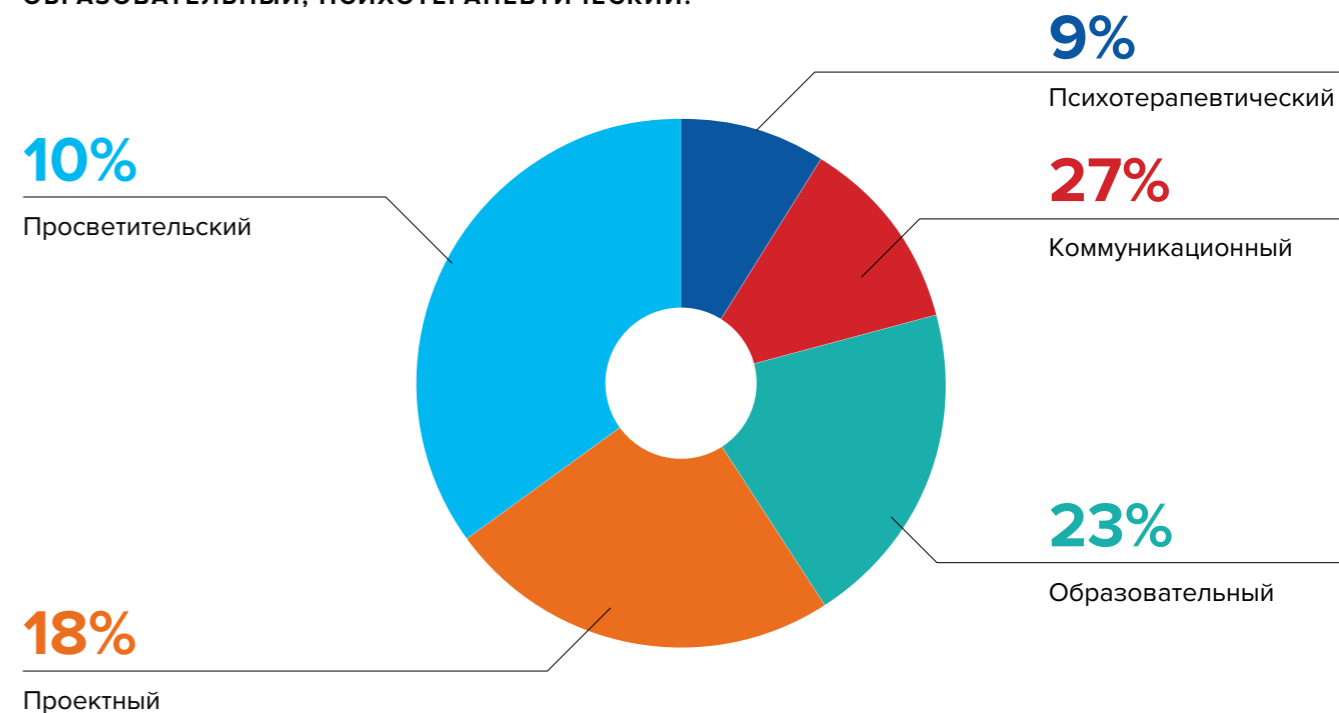


Эффекты программы

ГЛАВНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ / ЭФФЕКТ ПРОГРАММЫ
ПО МНЕНИЮ УЧАСТНИКОВ



ЭФФЕКТЫ ОНЛАЙН-ПРОГРАММЫ ПО ПЯТИ ПОКАЗАТЕЛЯМ:
ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ, ПРОЕКТНЫЙ, КОММУНИКАЦИОННЫЙ,
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ, ПСИХОТЕРАПЕВТИЧЕСКИЙ:



Участникам анкетирования было предложено присвоить каждому из пяти показателей процентную долю так, чтобы в сумме получилось 100%. В диаграмме приведены среднеарифметические показатели суммарно по ответам всех респондентов.

РАСШИФРОВКА ЭФФЕКТОВ:

- Просветительский эффект:** расширение профессионального горизонта, знакомство с новыми технологиями и практиками.
- Проектный эффект:** возникновение новых проектных идей.
- Коммуникационный эффект:** появление новых контактов среди участников / спикеров программы.
- Образовательный эффект:** внедрение в работу чек-листов, моделей и методик, предложенные библиотекой программы.
- Психотерапевтический эффект:** снижение тревожности и чувства неопределенности.

МУЛЬТИПЛИКАТИВНЫЙ ЭФФЕКТ:

10 290 чел. 51% получили материалы программы – мультипликативный эффект распространения опыта среди участников Программы

аудитории «Культурной мозаики» – значительное влияние Программы на усиление проектов/деятельности организаций

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ОХВАТ

67 363 чел.
информационный охват Программы в социальных сетях

22 442 чел.
аудиторный охват (количество уникальных пользователей, которым был предоставлен доступ к информации Программы)

126 363 чел.
общий охват информационной кампании Программы

1 373 чел.
регистрации на события Программы

71%
аудитории «Культурной мозаики» – значительное повышение профессиональной активности в цифровой среде (в сообществе)

Тематические запросы

ЛИДЕРЫ ПО ЗАПРОСАМ УЧАСТНИКОВ:

- арт-резиденция во всех ее проявлениях;
- методики вовлечения сообщества в проектную деятельность и в реализацию инициатив;
- механизмы краудфандинга;
- событийный/сельский туризм;
- продвижение и развитие проектов онлайн;
- социальное предпринимательство на малых территориях;
- технологии работы и вовлечения подростковой аудитории в культурные проекты.

НОВЫЕ ВОПРОСЫ, СВЯЗАННЫЕ С ОБЩЕЙ ТУРБУЛЕНТНОСТЬЮ

- брендинг территорий, проектов и событий; социальная реклама и «маркетинговые» акции как средство продвижения миссий;
- культурное картирование: как найти «фишки», возможности; каковы методы определения точек притяжения на территории (люди, места, события);
- монетизация деятельности: привлечение аудитории на платные офлайн- и онлайн-мероприятия, создание рынка сувенирной продукции;
- развитие аудиторий: работа с семьями, работа с аудиторией среднего возраста, молодежью, подростками;
- развитие проектной деятельности бюджетных учреждений культуры в условиях жестких ограничений (коронавирус, финансовые и юридические ограничения);

- развитие территорий с промышленным наследием, опыт моногородов;
- специфика организации офлайн-мероприятий с ограниченным количеством участников (до 5 человек) и с соблюдением режима самоизоляции (технологии: рассредоточения людей, организации пространства, организация питания, охраны и т.д.; кейсы организации мероприятий для отдельных семей или даже для отдельных персон и др.);
- технологии организации и обустройства общественного пространства, так называемого «третьего» места, как это может работать в КДУ.

78% АУДИТОРИИ ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ В ЗНАКОМСТВЕ С МЕЖДУНАРОДНЫМ ОПЫТОМ:

- опыт Финляндии и Германии по соучастному проектированию и продвижению общественных (частных) социокультурных инициатив;
- инновационные, громко заявившие о себе в новых условиях международные проекты;
- в целом опыт социокультурного проектирования стран Балтии и приграничная Финляндия, Корея, Франция, Германия, Нидерланды, Израиль, США, Австралия.

Организаторы онлайн-программы «Адаптация: практики о практиках»

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД ЕЛЕНЫ И ГЕННАДИЯ ТИМЧЕНКО

timchenkofoundation.org

Фонд Тимченко — один из крупнейших семейных фондов в России, созданный в 2010 году для объединения благотворительных проектов семьи Тимченко и достижения устойчивых социальных результатов.

АССОЦИАЦИЯ МЕНЕДЖЕРОВ КУЛЬТУРЫ (АМК)

amcult.ru

Ассоциация менеджеров культуры основана в 2002 году. Это профессиональное сообщество, объединяющее менеджеров, консультантов и экспертов в сфере событийного маркетинга и брендинга территорий, музейного проектирования и информационных технологий, развития территории средствами культуры и работы с местным сообществом, фандрайзинга и продюсирования проектов.

Елена Коновалова

руководитель программы «Культура»
Фонда Тимченко

Инна Прилежаева

руководитель онлайн-программы,
исполнительный директор АМК

Елена Тимохина

аналитический редактор,
составитель дайджеста

Оксана Власова

PR-координатор программы

Мария Крупник

редактор программы

Ирина Дарусенкова

SMM-координатор программы

Светлана Карташевская

дизайн, верстка

Ксения Генрих

корректурa

Фотографии:

из личных архивов спикеров программы,
фотобанка проекта

© Ассоциация менеджеров культуры, 2021