

МУЗЕЙ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫХ ИСКУССТВ
РЕСПУБЛИКИ КАРЕЛИЯ

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И ТРЕНДЫ МУЗЕЕВ БУДУЩЕГО

КОНФЕРЕНЦИЯ-
ЛАБОРАТОРИЯ

КОНСПЕКТ СЕССИЙ
Версия от 23.10.2020

ПЕТРОЗАВОДСК 2020

Оглавление

Секция «Музейная «экосистема» будущего»

Институциональные традиции и современный менеджмент в новой системе художественного музея.	
Конспект Коршаковой М.С.	4
Устойчивое развитие бизнеса и музеев. Опыт Северстали.	
Конспект Макаровой Н.В.....	6
Елабужский государственный музей-заповедник как драйвер развития малого города.	
Конспект Юрко Е.С.	10
Музей «место силы» и драйвер регионального развития.	
Конспект Лукиной Г.В.	15
Партнерство и спонсорство проектов в сфере культуры как источник дополнительного финансирования. Инструменты и практики.	
Конспект Борисовой О.С.	19

Секция «Внутренний мир музея»

Музей on-line и off-line.	
Конспект Коршаковой М.С.	24
Научная составляющая музея. История и будущее.	
Конспект Смирновой М.Ф.	27
В чем феномен экспозиций-блокбастеров и выставок одной картины. Опыт Мурманского областного художественного музея.	
Конспект Еловских К.Ю.	32
Госкаталог и музей. Как превратить рутину в полезный лайфхак.	
Конспект Ларионова С.П.	35

Секция «Музей в интернет пространстве: в поисках своего места»

Собираем виртуальный тур «на коленке» из подручных материалов. Обзор бесплатного софта и полезных лайфхаков.	
Конспект Латкиной И.Н.	39

Создание и особенности использования виртуальных выставок. Проведение онлайн экскурсий.

Конспект Салтыковой Т.В.40

SMM без бюджета: Как выстроить SMM-стратегию, если ресурсы ограничены? Какие навыки нужно прокачать, чтобы успевать за трендами социальных сетей в 2021 году? Что считать успешной работой в социальных сетях?

Конспект Козловской Н.В.42

Сторис в Инстаграме: интерактивные механики как эффективный способ продвижения.

Конспект Латкиной И.Н.45

Секция «Музей и общество. Оправданная экспансия»

Общество и музей.

Конспект Киселевой Ю.П.47

Музей в прайм-тайм. Новый формат вернисажа, эпатаж, театральность, экскурсия.

Конспект Никифоровой Л.А.50

Расширение понятия инклюзии. Как музеи работают с темой миграции и вынужденного переселения. Опыт музея «Гараж».

Конспект Зубаревой С.Л.52

Музей для зрителя, или зритель для музея.

Конспект Никифоровой Л.А.56

Секция «Профессия «музейщик» - управление временем и энергией»

Профессия музейщика: вчера и сегодня.

Конспект Макаровой Н.В.59

Проектный (кураторский) подход к организации деятельности музея как способ выявления и формирования музейных лидеров.

Конспект Лангуевой О.А.60

Аффилиация: востребованные музейщики.

Конспект Апроду Ю.В.62

Причины выгорания и пути решения: профилактика выгорания, тайм-менеджмент, управление временем и энергией.

Конспект Лукиной Г.В.64

Секция «Музейная «экосистема» будущего»

Институциональные традиции и современный менеджмент в новой «экосистеме» художественного музея.

Докладчик: Анна Юрьевна Цветкова, заместитель генерального директора Русского музея по развитию, просветительской и образовательной деятельности.

Автор конспекта: Коршакова М.С.

Моё выступление скорее всего это рассуждение, представление той модели, которую мы стараемся создать в Русском музее и что мы для этого делаем.

«Экосистема» в буквальном смысле – это сложная динамическая система, которая включает в себя совокупность живых организмов со средой обитания.

Экосистема Русского музея – это территория 30 га исторических садов и территорий в центре СПб: фондовый комплекс + Михайловский сад.

Говоря об экосистеме музея, на примере Летнего сада, где велась большая хозяйственная деятельность и реконструкции 2017 года, мы думали не только о воссоздании облика Летнего сада, о ландшафтных работах, в т.ч. об экосистеме этого объекта.

В ходе хозяйственной деятельности нами получены замечательные результаты. Разреживание крон деревьев привело к созданию «зеленых подушек безопасности» - где растения прекрасно развивались, размножались семенами. Появились новые насекомые. Плодоносящие кустарники дали возможность питания птиц. В результате, в Летнем саду, как экосистеме, огромное количество новых видов насекомых, кустарников, 25 видов птиц, в т.ч. соловьи.

В экологической системе, где живое связано с неживым, в своей деятельности капремонта и реконструкции мы говорим не только об историко-культурной адекватности обустраиваемых пространств, но и об использовании материалов. Как пример, использование технологий и красок для окраски фасадов дворцов не только с точки зрения историко-культурной адекватности, но и экологичность присутствия красок в этой среде.

О системе развития Русского музея. В 2015 году ООН обозначила цели устойчивого развития стран. Субъектами этих целей являются также и организации и частные лица. Большая часть позиций применительна к музеям.

Хорошее здоровье и благополучие в мероприятиях, которые проводит Русский музей на территории наших зеленых садов и парков, пропагандируют здоровый образ жизни, привлекают посетителей и настраивают на соблюдение норм и правил общества.

Качественное образование - через лицензию Русского музея на ведение образовательной деятельности. Предоставляется целый спектр услуг в рамках образовательной Лицензии: для детей в Центре музейной педагогики и детского творчества, которому исполнилось 30 лет; курсы повышения квалификации; общедоступные программы.

Индустриализация, новации, инфраструктура. Без информационно-коммуникационных технологий, которые нужны для обеспечения музейной деятельности, мы себя не представляем. Данного рода технологии, направления важны для общих результатов оказания музейных услуг.

Устойчивые города, населенные пункты. Города, как центры интеллектуальной деятельности и культуры. Русский музей создает филиальные системы, Сначала виртуальные филиалы. Теперь и реальные филиалы, где мы вовлекаем население. Создаем в городах центры интеллектуальной деятельности и культуры.

Мирное, справедливое, инклюзивное общество. Акцент на инклюзивность общества. Много лет Русский музей ведет деятельность с позиции возможности инклюзивных программ и проектов только при совместной работе особых посетителей и посетителей музея.

«Экосистема» художественного музея как социокультурные сервисы некоммерческой организации. Самое важное для музея соотношение. Ребрендинг компании Сбербанк: набор их устойчивых сервисов позволяет человеку свободно ориентироваться и получать услуги без особых временных затрат и человеческих ресурсов. Могут быть восприняты с определенными коррективами. Социокультурные сервисы Русского музея как некоммерческой организации начинались с небольших сервисов, как, например, открытие небольшого отделения почты в Михайловском дворце. Далее создание сети сувенирных магазинов, ресторана. Сегодня создаются сервисы не только в границах Русского музея. Создание филиальной системы культурно-выставочных центров выносит спектр услуг Русского музея за его пределы на базе 4 музеев: в Саранске, Мурманске, Ярославле, Казани. Подписано более 15 соглашений. Надеемся, что в Петрозаводске тоже будет создан подобного рода Центр. Эта мини-экосистема сервисов позволяет комплексно подойти к работе музея. Это и выставочное пространство, и ресурсный образовательный центр, ориентированный на людей с разными возможностями физическими и социальными, и информационно-образовательный центр «Виртуальный филиал». Этот набор социокультурных сервисов предоставляется в едином пространстве и даёт возможность для посетителя широкого спектра услуг.

«Экосистема» художественного музея как единство соотношений. Важно, как выстраиваются взаимоотношения. Представлены соотношения «искусство и личность» с другой стороны «инфраструктура и коллекция, коллектив, общество». В соотношении «искусство и личность» речь идёт не только о сотрудниках, о той коллекции, с которой они постоянно контактируют, с теми произведениями искусства в своей научной деятельности, но и соотношение искусства и личности посетителя, благотворителя, партнера. Важно проводить анализ взаимодействия в музее коллекции-коллектива-общества. Чтобы спроектировать концепцию экосистемы важно понимать связи, которые действуют не только внутри отделов, подразделений, но и их проникновение

друг в друга. В Русском музее существовала институциональная традиция, когда сотрудники разных подразделений (научных, фондовых) проводили обзорные экскурсии, представлять коллекции посетителям. Когда со временем это ушло, произошла некая разобщенность, когда каждое подразделение занималось собственной деятельностью. Сейчас эта традиция возвращается ведением лекций, возможностью виртуально посредством медиацентров, ВКС включить в систему просветительской и образовательной деятельности в т.ч. и научную.

Ключевым соотношением для успешного функционирования экосистемы в рамках современного подхода к управлению музеем является современный менеджмент. Говорить о нем можно, только если мы используем институциональные традиции в управлении музеем. Причем речь идёт не только когда выстраивается определенная иерархия власти, когда существуют взаимоотношения на уровне горизонталей и самоорганизация всего коллектива. Здесь имеется в виду, что опираясь на заложенные в своё время традиции, мы должны изменяться в связи с происходящими изменениями общества и позиций, взаимоотношений, на которых мы зиждемся. При формировании новой современной концепции развития и современного менеджмента необходимо, прежде всего, учитывать цифровизацию. Во время пандемии мы увеличили количество ресурсов совершенно разного формата. Цифровизация ради цифровизации бессмысленна. Цели проектов и программ, создаваемых в цифровую эпоху, должны ориентироваться не только на разные аудитории, но и нести глубокий смысл. Что касается самоорганизации коллектива, то тот тимбилдинг и те взаимоотношения, которые складываются, в т.ч. этического характера, должны быть очень серьёзно восприняты и руководством музея, и коллективом в целом. Зачастую определенные комментарии, определенное поведение сотрудников в Интернет пространстве вызывает вопросы. Сотрудники должны руководствоваться определенными этическими моментами, чтобы высказывать своё мнение в рамках своей трудовой функции.

Для создания устойчивой «экосистемы» художественного музея необходимо сочетание всех соотношений и их правильное использование в жизни.

Устойчивое развитие бизнеса и музеев. Опыт Северстали

Докладчик: Поппель Наталья Анатольевна, начальник управления по КСО и бренду ПАО «Северсталь».

Автор конспекта: Макарова Н.В.

Приветствие.

«Северсталь» и Музей изобразительных искусств РК связывают давние хорошие, прочные и плодотворные связи. Опыт Музея изобразительных искусств - один из ярких примеров того, как можно сотрудничать с бизнесом.

«Северсталь» сегодня:

- 50,679 - количество сотрудников;
- 8 основных регионов присутствия;
- 53,8 млрд. рублей - налоги;
- 2,9 млрд. рублей - социальные инвестиции;
- 3,8 млрд. рублей - затраты в природоохранную деятельность;
- 7,5 тыс. компаний бизнес-партнеров;
- 5 тыс. клиентов.

С 2018 г. «Северсталь» присоединился к всемирной инициативе Глобального Договора ООН и Российской национальной сети.

С 2016 г. «Северсталь» в Содействии реализации Целей устойчивого развития ООН.

Баланс экономических, экологических и социальных аспектов деятельности.

Музеи. Экономика.

- Модернизация сферы культуры /новые возможности: наряду с идентификацией, консервацией, просвещением и наукой - трансформация, интеграция в новое социокультурное, досуговое, мультимедийное и цифровое пространство, создание новых культурных продуктов.
- Конкурентоспособность/развитие новых компетенций: гибкость, адаптивность, инновационность, включая цифровые технологии, продажи, оценка своей деятельности в терминах экономической эффективности.
- Предпринимательство/новые виды деятельности: производство и продажа качественной сувенирной и печатной продукции, наличие специальных пространств - галереи, выставочных залов и других инфраструктурных объектов, временные коммерческие выставки, услуги общественного питания, сторонние мероприятия, сдача в аренду помещений и др.
- Музейный маркетинг, PR, реклама/исследование предпочтений посетителей: ответ на их спрос и формирование спроса на новые культурные продукты.
- Музейный менеджмент/клиентоориентированность, система экономических показателей, объединяющих результаты основной некоммерческой деятельности музея, коммерческих направлений его работы.
- Новая кадровая политика/ постоянное развитие, совершенствование знаний и навыков.

- Музей-драйвер социокультурного и экономического развития территории, интеграции в досуговую и туристическую деятельность.

Музей. Экология.

Природа и культура - жизненная среда обитания человека, главные и непрерывные условия его существования.

Культурно-историческое наследие - духовный, культурный, экономический и социальный капитал невозместимой ценности:

- признано достоянием всего человечества, закреплено в международном законодательстве;

- приоритет в социально-экономическом развитии РФ;

- сохранение природного и культурного генофонда нации;

- развитие самосознания, самоидентификации личности;

- основа для обретения смыслов, идей, ценностей, необходимых для полноценной жизни будущих поколений;

- фундамент будущего, успешного устойчивого развития.

Музеи. Социальная составляющая.

Высокий социальный статус и высокий спрос на результаты своей деятельности - база для просветительской, образовательной миссии, обеспечения непрерывности и преемственности в развитии культуры.

Вовлечение в индустрию туризма - значимая роль в развитии экономики региона.

Прочное взаимодействие с другими культурно-досуговыми организациями (театрами, домами культуры).

Содействие решению локальных социальных проблем досуга, доступной среды и адаптации инвалидов в активную социальную жизнь, максимальная доступность самых широких слоев населения к имеющимся культурным ценностям.

Целенаправленная работа с представителями всех социальных слоев, включая социально незащищенные категории и мигрантов.

Диалог на разные значимые темы средствами культуры – развитие гражданского общества, толерантности.

Формирование положительного имиджа страны.

Применение новых, в т.ч. игровых технологий – расширение спектра предложений, программ, привлечение новых целевых аудиторий, творческое развитие подрастающего поколения.

Развитие волонтерского движения – содействие социальной активности разных групп населения, их самореализации и самосовершенствования, возможность получить новые знания и опыт.

Существенный вклад в повышение качества жизни всех слоев населения.

Поддержка культуры: более 100 проектов и программ

Грантовая программа «Музеи Русского Севера» - 12 регионов РФ, ежегодный бюджет - 10 млн. рублей.

Грантовый конкурс - более 400 заявок подано за все время работы программы.

Около 50 проектов получили поддержку на 30 млн. руб.

Трэвел-гранты и дистанционное обучение.

Более 500 заявок поступило с 2015 по 2019 гг.

В 2020 году все 43 заявки, прошедшие регистрацию на участие в конкурсном отборе решено поддержать.

5 лабораторий, онлайн образовательная программа в 2020 году.

Около 200 участников видеолекций, онлайн-встреч и экспертных консультаций ключевых аспектов деятельности и развития северных музеев.

Грантовые программы "Музеи Русского севера":

«Бойкая изБОрская наБОйк» (Псково-Изборский музей-заповедник, 2018г.)

«Путешествие к стальным истокам» (Музей металлургической промышленности, 2018г.)

«Медвежий угол» (Национальный музей Республики Карелия, 2017г.)

«Lege artis», (Череповецкое музейное объединение, 2017г.)

«Перспективы», (Успенский собор Кирилло-белозерского монастыря, 2018г.)

«Шенкурское гостеванье», (Шенкурский районный краеведческий музей, 2018 г.)

Музей изобразительных искусств РК - активный участник грантовых программ:

Проект для детей с ограниченными возможностями «С миром на равных» (совместно с Русским музеем, при поддержке «Северсталь»)

Международный выставочный проект "Современное искусство для всех" (совместно с Русским музеем, при поддержке Северсталь")

Проект «Музей в кармане» (победил в грантовой программе "Музеи Русского севера)

Выставка «Венецианский карнавал» (выставка из Русского музея при поддержке «Северсталь».

Слова благодарности в адрес Музея изобразительных искусств Республики Карелия и директора Натальи Ивановной Вавиловой и пожелания плодотворного дальнейшего сотрудничества.

Елабужский государственный музей-заповедник как драйвер развития малого города

Докладчик: Руденко Гульзада Ракиповна, директор Елабужского государственного историко-архитектурного и художественного музея-заповедника.

Автор конспекта: Юрко Е.С.

Сегодня хотелось бы поднять вопросы: Каким видит город, его жители Елабужский музей? Что музей даёт для города, для жителей?

Следуя из этого, тема доклада будет звучать следующим образом «Елабужский государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник как драйвер развития малого города».

Елабужский государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник создан в 1989 году. Сегодня музею-заповеднику уже тридцать один год. За эти годы музей стал градообразующим компонентом города. Ни один житель города от школьника до пенсионера не представляет себя без музея. Музей влияет на многие сферы деятельности, будь то состояние памятников или культурный досуг, сохранение и развитие народных промыслов или уникальные выставки. Совершенно справедливо утверждается постулат о том, что только благодаря Елабужскому государственному историко-архитектурному и художественному музею-заповеднику стало возможным сохранить уникальный ландшафт старого купеческого города с его неповторимой архитектурой 19 века. Сердцем заповедной Елагубы является застройка музейного квартала в пределах которой расположены 42 здания объекта культурного наследия, имеющие все региональное значение, 12 выставочных объектов туристического показа, один частный музей, три пункта общественного питания и три гостиницы. Если

попытаться представить музей сквозь призму цифр, то Елабужский музей-заповедник это:

- 184 памятников истории и культуры объектов культурного наследия, из них 6 федерального значения;
- 106 - республиканского значения
- 72 - местного значения
- экспозиционно-выставочная 2526,3 м²
- фондохранилищ 418,2
- 491,5 га площадь охранной зоны

Количество сотрудников:

166 сотрудников собравших уникальную коллекцию 71000 произведений доступных посетителям со всего мира.

Учредитель в лице министерства Республики Татарстан передал на попечения музея 32 здания и строения площадью 8,5 тысяч квадратных метров и более 10 га земли.

В музее-заповеднике ежегодно, проходят заседания 14 клубов по интересам.

Городу предлагаем ежегодно 90 меняющихся выставок.

70 видов мастер-классов и 180 мероприятий.

В общей сложности внутри музея функционирует 26 структурных подразделений. У нас сложились прочные и многолетние связи с структурами власти, культурой, образованием, бизнес сообществами именно они помогли музею получить стратегический эффект своей деятельности. Продвигать культурные ценности, развивать общество не только в интеллектуальном, но и в экономическом плане. В первую очередь сам музей-заповедник является крупным налоговым агентом. Бюджет музея в 2019 году составил около 125 млн. рублей. Благодаря этому средняя ежемесячная заработная плата музейного сотрудника составила свыше 31000 рублей. Ежегодно музей выплачивает надбавки сотрудникам за год в пределах 500 000 рублей за счёт собственно заработанных средств. Налоги составляют 20 процентов прибыли.

Одним из важных целей является сохранение памятников культурного наследия. В 2008 году был разработан устав старого города, которые одобрены в городском совете.

Музей по своей инициативе взял на себя функцию органа охраны памятников культурного наследия Елагубы. Для всех коммунально строительных служб стало нормой согласовывать все работы с музеем. Музей-заповедник ограничил передвижение транспорта на своей территории. Проезд разрешен по специальным пропускам в сопровождении музейных сотрудников. Здесь речь идёт о туристических автобусах. Осуществляя охрану территории заповедника, за счёт сохранённых средств музей устанавливает, указатели, таблички, памятные доски и прочее. Под патронажем музея находятся пять кладбищ с захоронением имеющих значение культурного наследия федерального значения. Кладбища японских, венгерских и других военнопленных. Петропавловское кладбище с могилой Марины Цветаевой и Троицкое кладбище с могилой Надежды Дуровой. Музей-заповедник следит и согласовывает размещение рекламы в исторической части города. Проведение ремонтных работ на фасадах зданий и появление кондиционеров. За счёт собственно заработанных денег музей ведёт издательскую и рекламную деятельность. Привлекая в город туристов, и помогая ориентироваться в архитектурных ансамблях, расположение музейных объектов, узнать о предстоящих мероприятиях. На издательские цели музей направляет более 1 000 000 рублей в год. Ведение собственного сайта, аудио гиды и прочее. Нами разработаны видео экскурсии по всем экспозициям. Создали систему туристической навигации, сделав огромный рывок в этом направлении. Это было сделано благодаря государственной программе развития сферы туризма Республики Татарстан. Реализуемый благодаря президенту нашей Республики. Власти оказывают поддержку музею в развитии туризма. Сам музей на сегодняшний день полностью за свои средства реализует туристическое развитие. Этим не занимается не один городской специалист, они вообще отсутствуют. Все заботы и сопутствующие проблемы взял на себя музей-заповедник. То же самое и в области охраны памятников культурного наследия. Именно мы в 2004 году создали в структуре музеев и музеях-заповедниках Республики Татарстан единый туристско-информационный центр. Создание тур центров в мире это прерогатива муниципалитетов. Миссия нашего

центра – качественный приём посетителей и заработок денег для развития. Я как директор музея на общественных началах являюсь ещё и советником главы Елабужского района по развитию туризма и охраны объектов культурного наследия. Вся эта кропотливая работа, кода каждый турист выстрадан сотрудниками музея. Привела к закономерному результату в пол миллиона посетителей и 14500 экскурсий ежегодно. Единственным исключением стал этот год. Отрасли туризма и музейного дела, хотя и пострадали больше всех, нашими совместными усилиями получили все шансы восстановиться. Важное для нас это работа в тандеме с общественными организациями Членство в организациях:

Союз музеев России - R14

Российский национальный комитет международного совета музеев

ИКОМ России - R158

С 2009 года мы в едином музейном реестре. С 2013 года мы в союзе реестров тур операторов России. Музей-заповедник представляет город Елагубу в составе малых туристических городов России. Так же музей входит в союз музеев России. После того как наш учредитель позволил открыть двери 19 мая 2020 года мы сделали всё, чтобы туристы ещё раз убедились, что Елагуба это город, где их всегда ждут. Для наших туристов стало знаковым событием открытие капитального причала. На кострем не смотря на все сложности мы смогли принять в этом году 73 теплохода. Вместе с нами в работу включились наши многолетние партнёры, неплохо зарабатывающие благодаря взаимовыгодному сотрудничеству. Это гостиницы, кафе, рестораны, гостиницы и прочее. Только в прошлом году бизнес заработал более 21 млн. рублей, это сумма учтённая нами. Благодаря нам, например, туристы купили более 18000 пряников, которыми так славится Елагуба. Средний чек туриста составляет тысячу рублей. Мы принимаем туристов приехавших на любом транспорте. Для одиночных посетителей у нас есть специально обученные водители такси, которые проводят экскурсии по городу. Чтобы турист захотел вернуться к нам снова, мы постоянно разрабатываем новые туры. Мы разработали 30 разных маршрутов и авторских экскурсий по музейному кварталу и красивейшим местам парков. Побывать на пире с угощениями,

сваренными в купеческих традициях и путешествие в дельфинарий соседствующий Набережные Челны. Безусловно самыми мощными магнитами притягивающими туристов остаётся из года в год остаются наши мероприятиями, так называемыми событийным туризмом Елабужского музея это:

всероссийская Спасская ярмарка (в первые выходные августа) за три дня около 3000 человек; 2017 год за три дня 17,500 человек было принято;

всероссийский фестиваль колокольного звона; задачей которого, является сохранение не материального культурного наследия; Фестиваль собирает коло 80 звонарей со всей России.

Российский летний фестиваль Бориса Березовского вечера в Елагубе в формате openair.

В общей сложности первый и второй фестиваль посетило более 80000 слушателей и ещё 20000 приобщились к музыкальному искусству через онлайн в соцсетях. Этот проект по-хорошему уникален для провинциальной Елабуги. Для повышения общего культурно-эстетического уровня жителей. Этому же способствует постоянно существующих наших 14 клубов, работа которых организована практически для всех категорий граждан во всех наших музеях. Выделяя особое внимание привлечению туристов из десятков и сотен городов, мы никогда не забываем о елабужских детях. Ведь именно в их руки мы будем должны передать, то чем гордимся и бережно созидаем. Именно поэтому на протяжении 18 лет мы реализуем 13 обучающих программ для детей. Их участниками за последнее десятилетие стали почти 1500000 детей Елабуги. Самый популярный образовательный проект это «Музей и школа». Участниками этой программы ежемесячно становятся более 3000 человек школьников и дошкольников. Итоговым занятием становится «День музеев наш праздник» это большой праздник на площади. С прошлого года мы приступили к реализации большого проекта «Урок в музее», что получило сразу большую популярность среди учащихся. Уроки разработанные на основе государева стража. Когда дети прорастают, программа выходит за школьные парты, в этом году была издана книга история

Елагубы. Мы так же поддерживаем детей из малообеспеченных детей, детей с ограниченными возможностями.

С 2016 года реализуем проект «Золотой музей час» для особенных детей. В адрес центра лечебной педагогики Набережных Челны мы перечисляем один рубль с каждого проданного билета в музее-заповеднике. Это лишь часть нашей большой благотворительной деятельности, ежегодно на благотворительность мы выделяем около 200000 рублей.

Не менее затратной является проведение 90 выставок ежегодно. Они проходят при поддержке минкульта Республики Татарстан, агентства МОССсотрудничества и российскому союзу музеев России и ИНКОМ России. Благодаря этому мы провели более 18 выставок за рубежом, более 50 выставок за пределами Елагубы и более 70 выставок на площадках нашего музея в виде совместных привозных выставках.

Девиз, который всегда рядом с нами «Бери и делай!» будет нашим девизом во все времена!

Музей «место силы» и драйвер регионального развития.

Докладчик: Султанова Светлана Николаевна, директор Череповецкого музейного объединения.

Автор конспекта: Лукина Г.В.

Вступление.

- Добрый день, уважаемые участники конференции! Огромное спасибо и большая честь для меня, как для достаточно нового руководителя, участвовать в столь представительном собрании и с огромным уважением хочу поздравить коллег МИИ РК и Наталью Ивановну с очень важным юбилеем музея и столетием РК. Мы с удовольствием следим за творческой деятельностью наших коллег и соседей. Тема моего выступления **Музей «место силы» и драйвер регионального развития»** достаточно общая для Вологодской области и Карелии, так как мы находимся рядом.

Далее презентация. Основная тема: «Утраченные и обретенные смыслы» или «Забытые истории». (Три кейса)

Музейное объединение, которое я возглавляю находится в городе Череповец в Вологодской области. Город Череповец, достаточно необычный, имеет статус районного центра, музей имеет статус муниципального, но, тем не менее, мы являемся своеобразной экономической площадкой, экономическим центром и культура, связанная с экономикой и промышленностью преобладает, технократичная, очень конкретная, очень четкая. Поэтому, музейному объединению, как культурной институции чтобы взять на себя смелость и сказать, что мы тоже являемся «местом силы» и драйвером регионального развития, мы должны показывать очень четкие и конкретные результаты, потому, что наши руководители привыкли рассуждать именно такими категориями.

Следовательно, хотелось бы сослаться на слова известного музейного эксперта Владимира Декольского: **«Музей это такое зеркало, в которое следует от времени от времени заглядывать городу, что бы порассуждать о времени и о себе...»**

Что из себя представляет музейное зеркало, музейное объединение в Череповце? Это достаточно большая организация, состоящая из 11 разнопрофильных музеев, от художественного до естественно – научного направления.

1. Первая экспозиция нашего музея была создана в 1878 году. Сам музей открылся в 1896 году. В ожидании приезда представителей дома Романовых городской голова Иван Андреевич Милютин задумался о том, что показать, чем удивить достойных гостей и Череповец встретил выставкой промышленных изделий края. Экспонаты были отлично комбинированы, мастерски подобраны. Это стало основанием для создания музея, и спустя 10 лет он появился в городе и в следующем году нам исполнится 125 лет.

Чем музейное объединение для городского сообщества, какие утраченные и обретенные вновь смыслы мы сейчас несем и пытаемся сохранить для города Череповца.

Хотелось бы отметить роль городского головы для нашего города. **Роль городского головы: Иван Андреевич Милютин.**

Те три истории, которыми я поделюсь в рамках презентации, первая из которых будет касаться имени Ивана Андреевича Милютина. 46 лет он возглавлял городскую Думу, ни до него, ни после никто не мог гордиться таким долгим сроком службы. Сделал он для нашего провинциального города достаточно много. В нашем маленьком провинциальном городке в 19 веке появляется сеть учебных заведений: женская гимназия, техническое училище, учительская Семинария. Город носил гордое имя «Северные Афины». Много сделал и для экономики города и для благоустройства, же

открывались библиотеки, были вымощены мостовые. Вершиной его деятельности стала прокладка железной дороги через Вятку, Санкт-Петербург, Вологду, Череповец и Тихвин, что послужило причиной строительства Череповецкого металлургического комбината, в последствии штаб-квартиры компании «Северсталь».

Но, не смотря на все эти достижения, на очень долгое время имя **Иван Андреевич Милютина**, действительного статского советника, предпринимателя, купца, банкира, политического деятеля было забыто, могила была утеряна, в дальнейшем по воспоминания горожан с трудом восстановлена.

В 90-ые годы историк-краевед Вера Петровна Риммер поднимает целый пласт исторических материалов и возвращает городу забытое имя Милютина, выходит ее книга «И. А. Милютин. Дело и река». Городское сообщество достаточно активно отзывается на эти факты. В городе появляется памятник, его имя присваивают школе и в его честь называют улицу.

И что очень важно для музейного сообщества, в 2006 году **открывается музей «Дом – музей И.А.Милютина»**. Сегодня музей несет и просветительскую и образовательную функции, в нем проводятся экскурсии.

Еще одна важная функция, которую несет музей - это сохранение традиций общественной работы. С 2009 года в здании музея проходят приемы граждан, вручения ежегодных премий и наград, заседания городского Совета на разные темы, где в начале заседания депутаты погружаются в исторический экскурс.

Таким образом, наш музей стал той площадкой для дискуссий за круглым столом посвященных как сохранению наследия, так и будущего города.

2. Что касается утраченных и обретенных смыслов предлагаю перенестись **во времена ВОВ (1941-1945 год)**. В Череповце не было военных действий. Что нового можно рассказать об этом периоде в преддверии празднования 75-летия Победы, о роли нашего маленького районного города? Оказывается можно и немало. Мы получили огромную поддержку от городских властей, Северной железной дороги и компании «Северсталь». Они помогли нам организовать и осуществить этот амбициозный проект. Это было время карантина, когда все действия были остановлены, тем не менее нам удалось его завершить. **Роль Череповец в годы ВОВ – роль города госпиталя.**

На постаменте на территории ЖД вокзала появились три объекта: паровоз, санитарный вагон и вагон – летучка начала 20 века. Экспозиция **«Эшелон - поезд милосердия»** представляет собой срез санитарного поезда, восстановленный по чертежам тех лет. Восстановлен штабной, операционный, блок раненых и аптечный

блоки. Когда мы начинали реализацию этого проекта, то столкнулись с проблемой. Осталось очень мало свидетелей того времени. Непросто было собрать экспонаты и создать экспозиционный ряд. Мы объявили об этой акции. Такому музейному объекту быть! И город откликнулся, нам удалось собрать очень много предметов, документов - свидетелей того времени. Даже восстановили по фотографиям вышивку на занавесках, которые были в том первом санитарном поезде 312, который уже 26 июня отправился на фронт. 2 Когда в начале июня нам разрешили принимать посетителей, народ активно пошел. Сейчас Лист ожидания составил - 92 группы. Были у нас и ветераны. Владимир Ильич Дергунов раненого - участник битвы на Курской дуге отметил: «Вот в таком поезде меня везли». Свои 18 он встретил именно в таком санитарном поезде.

Эта история, вызвала огромный интерес у всех горожан, особенно молодых и школьников. Это и патриотическое воспитание, и знакомство с военной историей города на живом примере.

Надеемся, что этот проект будет развиваться и приглашаем вас, если будете в Череповце посетить наш **«Эшелон - поезд милосердия»**.

3. Исторический наш экскурс я продолжаю уже в нашем времени. Мы перенесемся в 80-ые годы 20 века, когда наш музей и наш город столкнулся с таким явлением. Как рок - музыкант Александр Башлачев. Имя этого поэта и музыканта стало известно в 80-ые годы прошлого столетия. Смысл и значимость этого объекта определили сами жители города. Люди, имеющие отношение к его творчеству, работающие с ним, знающие его поэзию, поклонники его таланта стали стихийно собирать экспозицию этого музея. Она кочевала по разным площадкам. К 20 – году ни городские власти, ни мы, музейщики, не могли не реагировать на это событие.

Было принято решение передать эту стихийную коллекцию музею, и нам было выделено пространство в городской Филармонии, где начинал свою творческую деятельность Александр Башлачев как текстовик-песенник группы «Рок-Сентябрь».

Увидев это помещение, мы поняли, что мы столкнулись с вызовом. В 20- метровой комнате, с особой конфигурацией нам будет сложно охватить весь масштаб личности и творчества музыканта. Но мы придумали проект, где рассказывать историю будем не совсем сами. Зрители в пространстве комнаты вначале прослушают музыкально - драматическую историю, которая будет рассказана голосами его близких и друзей. Витрины в комнате в момент рассказа будут матовые, а в определенный важный драматический момент станут прозрачными. В этом году нам удалось заполучить уникальный экспонат – гитару самого музыканта. К сожалению, нам не удалось

открыть эту экспозицию к 60-летию музыканта из-за сегодняшних событий, но мы не тратили время зря и подали грантовую заявку в Фонд Потанина, и сегодня у нас появилась возможность снять музыкальный клип песни с голосом самого автора. Это был наш первый опыт переозвучки голоса самого Александра, питерский музыкант сделал аранжировку, а уфимский художник анимацию. Клип будет демонстрироваться и в Виртуальном музее и на экспозиции и на сайте музея.

Таким образом, музей поддержал городскую инициативу и общественное стремление сохранить в городе память об этом человеке и в создании такого музея.

Итак, мы показали три проекта, рассказали, как музей становится своеобразным лидером, открывая городу страницы забытой истории, сохраняя и творчески перерабатывая память о ВОВ, и как музей поддержал инициативу городской администрации и жителей города, адаптировал и вывел на новый уровень музей, посвященный памяти об известном музыканте.

В чате участники конференции обратились с просьбой о доступе к презентации о рок-музыканте А. Башлачеве. Ответ: в ближайшее время появиться на сайте.

Так же вопрос о музейной педагогике. Ответ: Сотрудничество с Детским музейным центром дает свои результаты, и музейная педагогика заиграла другими красками.

Партнерство и спонсорство проектов в сфере культуры как источник дополнительного финансирования. Инструменты и практики.

Докладчик: Евгения Мальцева, член жюри ESA

Автор конспекта: Борисова О.С.

Лучшие практики представлены на sponsorship.org

Исследования в этом направлении:

- Поведение потребителей в эпоху диджитал
- Портрет потребителя будущего
- Ориентирование на новое поколение потребителей
- Глобальные бренды
- Актуальные тренды

Франчайзинг – привлечение ресурсов

Меценатство – безвозмездная помощь

Спонсорство – оказание рекламных услуг (договор между музеем и брендом о рекламе)

Варианты привлечения спонсоров:

1. Обучить своих сотрудников
2. Нанять специалиста
3. Использование компаний-посредников

Что спонсируют в России: 1. Спорт 2. Искусство 3. Фестивали 4 Образовательные программы.

Для чего нужно спонсорство компаниям?

- формирование позитивного образа
- показать свои интересы
- репутация
- новые клиенты
- формирование лояльности к проекту

Что нужно, чтобы заинтересовать компанию:

- близость региона
- соц. значимость
- высокая посещаемость
- ориентированность на молодежь
- освещение в СМИ
- соответствие деятельности
- соответствие нац. проектам
- образовательные программы

Продается не выставка, а платформа для привлечения клиентов.

Важность мнения эксперта (узнаваемой и авторитетной среди клиентов персоны, **амбассадора**)

Мотивация потребления контента:

1. Снижение страха перед будущим (обучение, новые навыки и менталитет)
2. «Быть здесь и сейчас»
3. Быть своим, частью сообщества (искренне)

Тренды:

- Быть лучше себя, самореализация
- Эксклюзивность, создание новых продуктов
- отдых от сети, «выгорания»
- женское лидерство
- запрос на короткие послания (4 секунды на принятие решения)

- агрессивность к рекламе, которая не несет пользы
- Человек «уставший» 30-37 лет (потребность в тишине, сменить картину мира)
- Человек «стремящийся» 20-25л (просмотр видео, сообщества, восприимчивы к рекламе, спонтанные покупки)

Сообщества - главная площадка для формирования доверия (мягкая реклама)

Процесс спонсорства включает:

1. Создание совместных продуктов и услуг
2. Доступ к базам, аудиториям
3. Право на использование логотипов, торговых марок
4. Усиление ассоциаций
5. Гостеприимство для клиентов и сотрудников

Идеальный проект:

- объединяет и развивает сообщества
- привлекает амбассадоров
- информационная кампания за полгода
- манифест проекта
- расширяет контактную базу и лояльность
- улучшает качество жизни
- образовательный контент
- несет функцию соц. лифта
- усиливает чувства
- изучает мотивацию аудитории
- присутствует на всех платформах

Краткая формулировка. Твиттер тест.

Наш продукт (услуга)
 Помогает Потребительскому сегменту
 Которые хотят выполнить задачу
 Тем, что решают проблему
 И дает выгоду
 В отличие от конкурента

5 основных вопросов:

- ? Зачем партнеру тратить время
- ? Как он будет читать предложение
- ? Какой результат вы хотите от предложения
- ? А ваш партнер
- ? Сколько времени для принятия решения

Какие ваши преимущества?

- сильная идея

- соответствие трендам
- простота реализации
- «адекватность команды»
- точный расчет охвата
- новые механики вовлечения
- расчет ресурсов
- гарантии охвата

Спонсорским предложением не является:

- пресс-релиз
- письмо с просьбой о поддержке
- заявка на получение субсидии
- презентация возможностей проекта

Важно учесть при презентации:

- Спонсорское предложение – это коммерческое предложение (не использовать просящие формулировки)
- 5 минут на чтение
- Предложить системное партнерство
- Продать не событие, а следующий шаг.
- Четкие структура и логика
- Включать мнения, цитаты о событии
- Видеосюжет, ролик о событии
- Отразить, как событие влияет на развитие региона «уровень счастья»
- Почему вам можно доверять
- Представить целевую аудиторию
- Степень информационного охвата
- Представление опыта в цифрах
- Дальнейшие шаги и контакты

Как согласовать интеграцию:

1. Уточняем задачу партнера
2. Когда надо решить
3. Как бренд будет считать эффективность
4. Частью какой кампании является интеграция
5. Кто реализует (подрядчики)

Примеры оригинальных спонсорских коллабораций: сеть отелей IBIS и фестиваль музыки, марка зубной пасты ROCS и клуб «Спартак», йога в музее, Адидас и музей Ван Гога (кеды)

Контактная информация спикера: malceva@sponsor-consult.ru

Вопросы спикеру

1. Какие параметры оценивает жюри в конкурсах спонсорских проектов?

Ответ: Как была решена задача через культурный проект. Например, если стояла задача повысить лояльность к новому продукту (напитку) в конкретном регионе. Можно запустить обычную рекламу, а можно поддержать культурный проект, к которому есть доверие. Ставятся задачи: повысить продажи, узнаваемость, получить базы клиентов. Смотрим, в скольких публикациях упоминалось, сколько людей протестировали продукт. Достигли ли участники результата. Насколько повысилась лояльность к продукту и узнаваемость. Сколько людей вовлечено. И оцениваем эффективность спонсорского кейса

2. Есть ли примеры спонсорства с музеями. Повторите название книги?

Ответ: Книга «Партнерство и спонсорство, игра в долгую». В основном работали с региональными музеями. Партнерство происходило по двум направлениям: благотворительное и спонсорство в рамках события (финансовое и бартерное). Например, в Ярославле открываются гончарные мастерские для детей, где будут изготавливать вещи по образцу музейных коллекций.

3. Большее преимущество у событийных отношений?

Ответ: Абсолютно точно. Потому что любое событие – это пресса и информационный повод, а для бренда важен медиа охват. Открытие, презентация, дискуссия. Брендам сейчас очень интересно находить новые форматы событий. Например, во время пандемии был придуман проект «Театр в ванной». Послушав постановку, клиент получал косметику от спонсора.

4. Делали ли вы анализ спонсорского потенциала регионов

Ответ: Глобальных исследований не было, но готовим с Агенством социальных инициатив ряд рекомендаций для глав регионов, как провести событийный проект, который будет интересен партнерам, и который будет привязан к территории. Возможно три варианта: 1 – когда вокруг культурной институции формируется Клуб друзей-меценатов. Но для них важно, чтобы о них вспоминали не только, когда нужны деньги. 2 – когда идея выходит на федеральный уровень, это привлекает крупные бренды, при наличии хорошей медийной поддержке.

5. Был ли отрицательный опыт?

Ответ: Да, важен этический аспект. Если деятельность компании не соответствует образу, миссии, концепции музея.

Секция «Внутренний мир музея»

Музей on-line и off-line. Перезагрузка работы с посетителями.

Докладчик: Шолохова Валерия Владимировна, заместитель директора по развитию Государственного музея-заповедника М.А. Шолохова.

Автор конспекта: Коршакова М.С.

Добрый день коллеги! Очень рада присоединиться к такому профессиональному сообществу. Уверена, что сегодняшний разговор будет полезен для всех музеев. Много хороших идей, которые пригодятся для нашей дальнейшей плодотворной работы.

Все мы были счастливы, когда в середине июля мы вышли на офф-лайн сотрудничество и взаимодействие с нашими посетителями. 2020 год был посвящен, и было запланировано много событий к 75-летию нашей Великой Победы. Для нашего региона, нашего музея это еще несколько дат. Мы готовились отмечать и отмечали 115-летие со дня рождения Михаила Александровича. И 450-летие служения Донского Казачества государству Российскому. Год был запланирован как богатый, яркий, интересный. Все наши события мы были вынуждены перевести в он-лайн формат.

Каждый год в конце мая с 1985 года мы проводим Литературно-фольклорный фестиваль «Шолоховская весна». Это 3-х дневное знаменитое событие, очень популярное, известное, широкое. Обычно у нас от 30 до 50 тысяч человек приезжает на этот праздник. Когда в этом году мы поняли, что «Шолоховскую весну» в конце мая мы провести не можем, сначала с надеждой определили, что проводим в сентябре, а сейчас понимаем, что готовим праздник в он-лайн формате. Это тоже будет интересное, хорошее событие. Тем больше сил у нас останется к «Шолоховской весне» 2021 года.

Анализируя все наши соцсети и визуализацию нашего музея в Интернет пространстве с учётом короновирусной изоляции, мы посмотрели, что нравится нашим виртуальным посетителям, и переформатировали представление музея на сайте, в соцсетях. Сейчас более 50% нашего контента – это видео. Люди просматривают видео гораздо охотнее, чем большие интересные тексты с яркими фотографиями. Много праздников перевели в он-лайн формат. И понимаем, что эту работу мы будем вести и дальше.

К 115-летию Михаила Александровича, которое планировалось отмечать в конце мая в Ростове-на-Дону в нашем филиале «Шолохов-Центр», мы готовили выставку «Они сражались за Родину», которая была посвящена 75-летию Великой Победе, 115-летию писателя и истории этого великого, но недописанного романа. Выставку мы открыли в июле после получения разрешения. Еще в апреле мы придумали, что переходя на он-лайн формат, хотим сделать всероссийскую акцию-чтение «Вместе с Шолоховым «Они сражались за Родину»». 115 известных, очень уважаемых политиков, деятелей культуры и искусства, врачей, спортсменов, военных до конца этого года будут читать роман «Они сражались за Родину». На слайде показаны некоторые участники. Мы очень рады, что врачи, которые стоят на первой линии обороны сейчас, в этот момент, нашли возможность и приняли участие в нашей акции. Это Денис Проценко, Лео

Бакерия, Леонид Рошаль. Для нас это очень важная история, мы её будем продолжать. Большое спасибо всем участникам. У нас получилась очень резонансная тема, резонансная акция. Она хорошо вписалась в выставку «Они сражались за Родину». Каждый посетитель «Шолохов-Центра» в Ростове-на-Дону может послушать все отрывки. Все отрывки выложены в наших социальных сетях, на канале музея в YouTube.

Количество виртуальных посетителей увеличилось больше чем в 2 раза. За весь 2019 год их было 220700 человек. За 9 месяцев 2020 года – 399000 человек. Сегодня мы понимаем, что отныне и навсегда наши соцсети и Интернет страницы будем вести и развивать. Мы понимаем, что посетители виртуальные и посетители офф-лайн – это всегда разные люди: те, кто заходит к нам на страницу и те, кто приезжает к нам в музей. Особенно в случае нашего музея. Каждый посетитель, который к нам приезжает – это человек абсолютно целевой, готовый затратить время, силы, финансы (хотя бы для того, чтобы к нам доехать). К нам в музей нельзя придти после работы, потому что мы не находимся в большом городе. К нам нельзя заехать по пути куда-то, потому что от дороги М-4 мы находимся на расстоянии 150 км. К нам люди едут целенаправленно. Музей отличается от многих, поскольку у нас не 1-2 или 5 зданий, а 17 отдельных объектов показа, которые находятся на расстоянии от 5 до 35км друг от друга и 350 км – «Шолохов-Центр». К нам обычно люди приезжают на несколько дней.

Мы проанализировали нашу аудиторию: мы потеряли все детские группы, все туристические группы. Сейчас наши посетители – это индивидуалы, это семьи, очень маленькие группы. Мы пересмотрели нашу работу и пошли людям навстречу – немного понизили порядок цен, сделали больше бесплатных опций, снизили цены для детей, для конкретных категорий посетителей, для семей с детьми. Понизили стоимость всех обзорных природных экологических экскурсий. Чтобы люди, которые тратят свои силы, энергию, финансы, чтобы до нас доехать, получили хорошее впечатление от своей поездки.

Чтобы не потерять остатки сотрудничества с туристическими компаниями, мы в конце сентября организовали рекламный тур с 8 ростовскими турфирмами. В течение 2 дней показали им в режиме «24 часа» наши красоты, показали новые возможные истории. Самое главное – показали готовность работать и сотрудничать, что наши приоритеты – социальная ответственность перед людьми, правильное взаимодействие с нашими посетителями, а не зарабатывать и увеличивать выручку. Для каждой турфирмы делаем бесплатные бонусы. Для них это важно, это показатель нашего позитивного настроения. Это будет отражаться на конечном потребителе, на тех людях, которые эти турфирмы к нам привезут. Мы получили прекрасные отзывы от директоров и ведущих менеджеров турфирм. И как положительный ответ – на эти выходные 2 дня к нам заезжала туристическая группа. Уже собирают группы на ноябрьские праздники, на Новый год, Рождество. Расписываем группы на следующий год, будет много длинных трёхдневных выходных. Это формат работы с турфирмами, который нельзя откладывать на потом. Возможности существуют, надо их искать, развивать и выходить на эти контакты.

Для малых групп и индивидуалов на каждом нашем музейном объекте мы дополнительно сделали что-то хорошее, привлекательное, интересное. Это частично

платные и бесплатные опции. Скрупулёзно, внимательно организовали фото-зоны с нашими этнографическими аутентичными предметами. Они вписываются в наши исторические ландшафты, музейные объекты. Ввели дополнительное количество мастер-классов платных и бесплатных. Это украшает и оставляет яркие впечатления от посещения нашего музея. В хуторе Кружилинском пашем на быках. Дети на фото мелят зерно в ручной мельнице. Много старинных приборов, инструментов поставили в широкий доступ. Часть из них являются фондами, поставили так, чтобы их показывать, не трогать. Часть – это прикладные предметы. Показываем, рассказываем, как ими пользоваться. Люди плетут веревки на просаке. Говорим: «вы знаете откуда пошла пословица «Не попасть в просак»?». Это людям важно, интересно, они это запоминают. Приглашаем людей в казачий погреб, рассказываем секреты донской кухни, угощаем. Таким образом, нашу серьёзную экскурсионную программу дополняем, насыщаем прикладными интерактивными историями, территориями, рассказами, фотографиями.

В станице Каргинской у нас несколько музейных объектов: мемориальный дом, где семья Шолоховых жила в течение нескольких лет, приходское училище, где Михаил Александрович учился, будучи ребенком, и самый необычный объект – мельничное подворье. Здесь находится сама мельница и синематограф «Идеал», который был открыт купцом Каргиным в 1910 году. Мы его восстановили и показываем там фильмы начала 20 века, немое кино. То, что люди видят в первый раз, им это интересно. В небольшой интерактивной экспозиции «Винокурения на Верхнем Дону» проводим дегустации для взрослых, рассказываем, что такие истории у нас на Дону были и есть.

В этом году к майским праздникам ко Дню рождения Михаила Александровича мы готовили открытие центрального объекта – усадьбы Михаила Александровича – после длительной 3-х летней реставрации. Была реставрирована и благоустроена территория, реставрирован мемориальный гараж, флигель, мемориальные экспозиции во флигеле. Была проведена очень серьёзная реставрация самой усадьбы. В середине июля мы торжественно усадьбу открыли. Это основная точка притяжения.

Мы посоветовались с научными сотрудниками, экспозиционерами и на каждом музейном объекте дополнили визуально притягательные истории. Это и арба с мешками с сеном, как фотозона. И двуручная пила, и с удовольствием разрешаем людям попилить. Это на территории Детского музейного центра, которая не является мемориальной. Здесь можно поиграться с различными этнографическими предметами. Под поветкой всё накрыто к чаепитию. Здесь мы проводим мастер-классы. Логично на летней печи стоят горшки, чугуны, поленница сложена. Это поможет добавить больше красок, как на машине времени поможет посетителям погрузиться, перенестись в ту эпоху. Не просто увидеть, а почувствовать, как люди жили, чем занимались, что они ели, какие песни слушали.

Очень привлекательный объект для посетителей это конюшня. На фотографиях показано, что всегда были востребованы массовые праздники, большие события. Сейчас всё переведено в формат индивидуальной работы. К счастью мы можем продолжить работать с детьми, которые приходят по дополнительной образовательной программе. Взрослые сотрудники занимаются прокатом, проводят экскурсии.

Музейная территория огромная, прекрасная. Кроме музейных объектов, это памятники и скульптурные композиции, памятники природы, которых у нас большое количество. С удовольствием мы организуем людям обзорные природные экологические экскурсии. Нам показалось правильным понизить некоторые цены. Цена на обслуживание индивидуального посетителя не выше той, как если бы это было обслуживание в группе.

Наши казачьи праздники показываем на фотографиях, видео или в индивидуальном формате. Готовимся и строим планы на 2021 год.

Гостевые дома музея работают с полной нагрузкой. Сейчас небольшая пауза. 2 гостевых дома – это прорыв для нашего музея. Договорённости с Booking.com позволили организовать во второй половине и августе 90% загрузку. Экскурсионный отдел активно работает с индивидуальными посетителями и предлагает размещение как в наших гостевых домах, так и в гостиницах нашей станицы.

Этот период заставил нас пересмотреть нашу работу, наши многие направления деятельности. Выводы будут положительные, по крайней мере, полезные. Желаю всем здоровья, всем нам выйти на нормальную работу, преодолеть этот тяжёлый период, и чтобы всё было хорошо в семьях, в коллективах.

Научная составляющая музея. История и будущее.

Докладчик: Петрова Надежда Михайловна, заместитель генерального директора по учету и хранению Государственного музея Л.Н.Толстого.

Автор конспекта: Смирнова М.Ф.

В связи с тем, что у нас музей литературный, у нас немного другие задачи. Я буду говорить больше о фондах. Государственный музей Л.Н.Толстого в Москве (ГМТ) один из старейших литературных музеев России, основан в 1911 году по инициативе Толстовского общества. Первая книга поступлений начинается с 1911 года. 5 апреля 1920 года Ленин подписал Декрет о национализации Дома Толстого в Москве. Литературный музей на Пречистенке и музей-усадьба «Хамовники» были объединены в один музей, который с 1939 г. стал называться Государственным музеем Л.Н.Толстого. В Хамовниках Толстые жили зимой в 80-е годы. Это мемориальный дом и на 90 % экспонаты мемориальные. На Пятницкой есть выставочный центр и два филиала: Культурный центр им. Толстого в г. Железноводске (Ставропольский край) и Музей памяти Л.Н.Толстого «Астапово» (Липецкая обл.), там сохранилась мемориальная комната, где умер Л.Н.Толстой.

В 1939 г. вышел закон о концентрации, постановление Совета народных комиссаров, где было сказано, что в целях создания единого научно-исследовательского учреждения по разработке литературного наследия Толстого и правильного научного и высокохудожественного показа в музее его творчества считать целесообразным

Государственный музей Толстого с филиалами передать в ведение Института мировой литературы Академии Наук СССР. До 1953 г. музей принадлежал Академии Наук СССР, только в 1953 г. передан в ведение Министерству культуры СССР, а с 1956 г. в ведение Министерства культуры РСФСР.

В 1921 г. музей стал государственным и получил так называемую «стальную комнату» для хранения рукописей и сохранения от пожаров. Это сейчас здание Академии художеств. Коллегия Наркомпроса, признавая важность образования центрального хранилища рукописей Толстого специально оборудовало помещение с необходимыми гарантиями против пожарной опасности, находящегося в здании второго музея западной живописи. Это уникальная комната, где хранятся рукописи Толстого и его ближайшего окружения.

Потребовалось практически 70 лет напряженной хранительской и исследовательской работы, прежде чем сформировался архив Толстого. Сейчас это одно из уникальнейших собраний страны и мира. В общей сложности фонды музея насчитывают более 360 870 музейных предметов, более 300 – рукописные фонды, также входят около 23 000 фотографий и негативы, более 50 000 - это изобразительные фонды: живопись, скульптура, графика, репродукции. Музей имеет огромную библиотеку с произведениями Толстого и о Толстом, из неё выделено более 10 000 редких книг.

С началом создания музея связано издание первых сборников. Музей стал делиться наследием Л.Н.Толстого. В 1924 г. опубликованы черновые рукописи произведений и письма Толстого. Также вышло 4 сборника. В 1926 г. по ходатайству Черткова, ближайшего помощника и соратника Толстого, для подготовки полного собрания сочинений Толстого, в Академию Наук были переданы подлинные рукописи произведений писателя, большинство из которых было запрещено печатать в России, и эти рукописи при жизни Толстого нелегально пересылались в Англию Черткову, который в 1913 г. передал их в Российскую Академию Наук. В 1926 г. получено из библиотеки Академии Наук по особой описи 3 сундука с архивом и 6 сундуков с рукописями Толстого. В 1936 г. когда вышел закон о концентрации, в музее были сосредоточены все материалы связанные с жизнью и творчеством Толстого: подлинные рукописи и письма, архивные дела и документы, живопись, графика, скульптура, предметы быта, редкие книги. Переданы материалы из Всесоюзной библиотеки им. Ленина, Центрального архивного Управления, Государственных архивов и библиотек и других учреждений. Сейчас - это единственный уникальный архив всего созданного Л.Н.Толстым. Потребовался титанический труд для обработки и научного описания документов многими поколениями сотрудников музея. Сотрудники музея были блестящими текстологами.

Музей все годы активно занимался издательской деятельностью. На базе рукописных фондов велась подготовка к изданию 90-томного собрания сочинений Толстого. На

базе архивного фонда подготовлены бесценные издания, многие из которых получили всемирное признание: 2 тома описания рукописей Толстого, 5 томов и 10 книг литературного наследия, Яснополянские записки Маковецкого, первая завершенная в редакции романа «Война и мир» и т.д. В 2 томах вышла переписка Толстого с русскими писателями, дневники Софьи Андреевны Толстой, Толстой в воспоминаниях современников, переписка Толстого с сестрой и братьями, книги с воспоминаниями детей, близких и друзей Толстого.

Московский Музей Толстого связан с исследователями из многих стран. Эта связь выстраивалась в течение многих десятилетий и в различных направлениях. Результатом стали грандиозные выставки в Токио и Сеуле, Софии, Праге, Париже, Женеве, совместные издания осуществлялись с крупнейшими научно-исследовательскими центрами страны и мира: ИМЛИ им. Горького, МГУ им. Ломоносова, университетами США, Канады и др.

Совместно с ИМЛИ РАН и американскими исследователями была подготовлена книга «Неизвестный Толстой» в архивах России и США. Можно к этому прибавить десятки монографических трудов сотрудников музея, более 400 написанных ими научных и научно-популярных статей. Благодаря этому неформально музей считают Академическим. В настоящее время музей является крупнейшим научно-исследовательским и просветительским центром по изучению духовного наследия Толстого. В 1996 г. музей вошел в Государственный свод особо ценных объектов культурного наследия народов Российской Федерации. А недавно ЮНЕСКО признало библиотеку Толстого в Ясной Поляне и рукописный фонд музея Толстого памятью мира.

Сегодня музей переживает период коренного обновления. В начале XXI столетия музей динамично развивается, идет интенсивная работа, которая сможет удовлетворить возрастающие с каждым днем запросы посетителей. Заметно вырос и спектр услуг предлагаемых музеем. Помимо традиционных форм работы, активно входят в жизнь театрализованные представления для детей и юношества, вечерние толстовские семинары, толстовские чтения, клубы для людей разного возраста, встречи с выдающимися деятелями науки, культуры, искусства, Рождественские праздники. Активно действует детский центр музея. Недавно придуман конкурс «Я Наташа Ростова», который приобрел большую популярность.

Задачи, стоящие перед музеем:

- расширение аудитории музея;
- новизна и многообразие форм музейной работы;
- рост поступления внебюджетных средств;
- изучение, систематизация, оцифровка музейных фондов, передача сведений в Госкаталог Музейного фонда;

- комплектование фондов, в том числе материалами XX – XXI вв.;
- публикация наследия Л.Н.Толстого (в том числе в электронном виде);
- развитие научной работы музея, создание научного и издательского центра;
- улучшение имиджа музея;
- развитие имущественного комплекса музея, расширение числа экспозиционных и прочих публичных пространств;
- создание музея рукописей Л.Н.Толстого;
- развитие партнёрских отношений;
- подготовка к празднованию 200-летия со дня рождения Л.Н.Толстого совместно с Музеем-усадьбой «Ясная Поляна» (2028 г.)

Научно-исследовательская деятельность:

В связи с этим идёт большая научно-исследовательская работа, проведение конференций и семинаров, подготовка публикаций.

Создание научно-исследовательского центра с использованием цифровых технологий:

- Изучение и публикация рукописей Толстого;
- Исследование и публикация источников биографии Толстого (письма, Дневники), создание «Календаря Толстого»;
- Создание электронной библиографии литературы о Толстом
- Интертекстуальные;
- Исследование восприятия Толстого в разных культурах (работа над проектом «Мир пишет Толстому»)

Научно-экспозиционная деятельность:

- Разработка тематико-экспозиционного плана и архитектурно-художественного решения новой экспозиции;
- Проведение выставок в музее и филиалах;
- Проведение выставок в субъектах РФ;
- Проведение выставок за рубежом;
- Расширение географии передвижных выставок в России и за рубежом.

Наиболее значимые выставочные проекты 2019-2020 г.:

- «Быть женой гения и великого человека»;
- «Война и мир»;
- «Л.Н.Толстой и театр»;
- «Музею-усадьбе Л.Н.Толстого в Хамовниках – 100 лет»;
- «Достоевский и Толстой. К 200-летию Ф.М.Достоевского» и др.

Научно-фондовая работа:

- Описание и оцифровка музейных предметов, создание электронной БД;
- Модернизация технического оснащения фондового оборудования;
- Оцифровка творческого наследия Л.Н.Толстого;
- Оптимизация системы учета и хранения электронного фонда музея;
- Объединение электронных каталогов Государственного музея Л.Н.Толстого и Государственного мемориального и природного заповедника «Музей-усадьба Л.Н.Толстого «Ясная поляна»;
- Внесение в Государственный каталог Музейного фонда РФ (117 000 предметов до конца 2021 г.)

Музей живет, сотрудничает, не иссякает поток исследователей из России и из-за рубежа. В период пандемии музей активно работал, участвуя в Интермузее и акции «Ночи музеев», конференциях, сейчас готовятся к «Ночи искусств». Также музей разработал пешеходные экскурсии, связанные с памятными местами, посвященными Л.Н.Толстому.

Вопрос модератора Сеницыной Ольги Валентиновны:

Научная деятельность музея для внешнего (не исследователя) мало видна и не очень явна. Кроме работы над публикациями трудов, и решением других важных задач, довольно трудно показывать рукописи. Есть ли уже задумки, как это сделать доступным для современного молодого человека, который не может дочитать «Войну и мир» до конца? Ранее говорилось, что современное поколение лучше воспринимает видео, лучше, чем цифровые фотографии или просто тексты. Какие есть хитрые ходы и задумки?

Ответ:

Задумки у нас есть. Есть мечта создать Музей рукописей. Как это будет выглядеть, мы пока не знаем. Сейчас это обсуждается. У нас также стоит задача создания новой экспозиции. Создана рабочая группа. Работаем над архитектурным и научным контентом новой экспозиции. Нам бы хотелось много всего показать, но рукописи очень тяжело показывать. Мы пока думаем. Активно работаем в издательской деятельности. Публикуем дневники Толстого, дневники Софьи Андреевны Толстой и воспоминания детей. На выставках мы показываем отдельные рукописи, наиболее интересные на 2-3 дня во время открытия выставок, но потом мы их заменяем на воспроизведения. Это действительно очень сложная задача.

В чем феномен экспозиций-блокбастеров и выставок одной картины. Опыт Мурманского областного художественного музея

Докладчик: Кузьминых Ольга Николаевна, хранитель музейных предметов Мурманского областного музея.

Автор конспекта: Еловских К.Ю.

В наши дни проведение значительных по масштабу выставок, выставочных проектов стало важнейшей и неотъемлемой частью деятельности успешного музея, как в нашей стране, так и за рубежом. Крупные и небольшие музеи по всему миру объединяются для того чтобы показать собрание одного автора, одну тематику при помощи четкой концепции.

Соединить историю искусства самых разных интерпретациях реализация масштабного проекта именуемой сегодня выставка блокбастер всегда становится событием, такой новостной бомбой.

Но всегда ли выставка блокбастер это огромный музейный проект?

На примере МОХМ, где есть практика проведения и выставочных блокбастеров, мы хотим рассказать о проекте, объединяющем цикл маленьких выставок, который стал музейным блокбастером.

Для наглядности сравним огромный музейный проект «Строго на север» и цикл выставок «Простые вещи».

В 2019 году в рамках проекта «Освоение севера – 1000 лет успеха» в МОХМ состоялась выставка «Строго на север». Выставочный проект смог состояться при поддержке ГК Норильский Никель и при участии музеев-партнеров: Государственный Русский музей, Музей истории СП, Музей изобразительных Искусств Республики Карелия, Мурманский областной художественный музей, Североморский выставочный комплекс, Мончегорске музей цветного камня и Музей истории города Колы. Живописные полотна, графические листы, произведения скульптуры, декоративно-прикладного искусства, предметы быта и этнографии, этнографические коллекции минералов, фотографии, документы - всё это было на выставке «Строго на север», которая включала в себя более 1000 экспонатов. Экспозиция выставки начиналось с историй походов в полуночные страны новгородцев, которые любили богатство Севера. Далее рассказывалось о художественном освоении севера 19-20 века, когда вместе с первооткрывателями на север ехали такие знаменитые живописцы и рисовальщики как Константин Коровин, Валентин Серов, Александр Бенуа и Александр Борисов. Этот раздел мы назвали «Край, где смыкаются небо с землей». Выставка рассказывала о советском периоде, когда художников продолжала привлекать загадочность, бесконечная красота Беломорья и Баренцева моря, богатства земли,

давшие мощнейший импульс появлению городов. Экспозиция «Каменные сокровища кольского полуострова» на художественной фотографии демонстрировала разработку и добычу месторождений полезных ископаемых и работу крупного горного комбината. Выставка имела успех, обусловленный масштабом тематики для региона выставки блокбастера, и в этом МОХМ стал пионером среди музеев в Заполярье.

Выставочный проект – блокбастер всегда реализуется с привлечением большого количества музеев, с помощью внушительных инвестиций, масштабной рекламы. Организаторы преследуют такие цели, как привлечение широких масс посетителей, так и, конечно, зарабатывание средств.

И всё же, музеи существуют, прежде всего, для того, чтобы комплектовать, сохранять, изучать и передавать наследие следующим поколениям. Важнейшей целью деятельности музея остаётся формирование привычки, стремления ходить в музей, воспитывать вкус у детей, взрослых, желание творить самому и беречь культурное наследие.

Возвращаясь к теме доклада, перейдем к циклу наших маленьких выставок, который называется «Простые вещи».

Уже 8 лет в нашем музее реализуется проект «Простые вещи», который по информационности, наполненности, по количеству участников, по количеству экспонатов, а самое главное по восторженным отзывам посетителей и средств массовой информации, также является настоящим музейным блокбастером. Хотя по финансовым затратам и рекламе он никак не может быть сопоставим с тем же проектом «Строго на север».

Главные идеи цикла «Простые вещи» – это место проведения и участники. Вместо огромного выставочного зала мы адаптируем для выставки такое простое и знакомое пространство, где посетитель делать свои первые шаги в музей – холл с минимальной площадью, где, как правило, происходит продажа книг, сувениров.

Мы превращаем холл в выставочный зал, и этот зал доступен всем для просмотра - не нужен входной билет, зритель не несет никаких трат для того чтобы посетить музей, а использование зоны с минимальной площадью позволяет продемонстрировать предметы узкой направленности.

В камерной обстановке на выставке «Простые вещи» звучит музыка, идёт показ фильма связанного с экспозицией. На сенсорном киоске идут слайды с дополнительной информацией. Эти выставки позволяют проводить мини экскурсии и занятия для детей в формате «Музейный урок», а экспонатами этих выставок является не только предметы. Исключительной особенностью нашего проекта является привлечение к участию в формировании выставки жителей города и области, которые с огромным желанием извлекают из своей повседневности простые вещи и приносят их в музей.

Афиши к циклу «Простые вещи» это дизайнерская разработка. При создании афиш применяются самые простые вещи: пуговицы, очки, тесьма - то есть все предметы, которые сопровождают человека с детства и всю его жизнь. Данные афиши также входят в музейную коллекцию, уже как предмет искусства графического дизайна. Особое внимание на этих выставках мы уделяем экспликации (широкоформатная печать). Кропотливый сбор информации по теме выставки входит в ее оформление, позволяет размещать информацию в зале, становясь уже предметной частью выставки.

В проекте было реализовано более 50 выставок, среди которых особенно яркими стали «Есть каждой скважине заточной один лишь вариант ключа» где жители нашего города приносили ключи, которые они нашли у себя дома, ключи привезены из различных поездок. На выставке «Утюг» мы показывали утюги с рубежа веков и до 21 века. Самый старый утюги соседствовали с парогенераторами. «Прекрасная пара» – это уникальная выставка сережек, которая была невероятно самой популярной. На более 50 выставок количество показанных предметов превышает 1000. Что подтверждает – этот цикл выставок стал выставкой блокбастером с исключительно своеобразной идеей – вовлечением зрителя в выставочный процесс.

В создании выставки «Вещи, которые окружают нас в повседневной жизни» стали предметы настолько привычными, что мы даже не задумываемся, когда они появились, кто их придумал и как они устроены. А самое главное это предметы, которые есть в каждой семье. Именно поэтому простота предмета позволяет подрастающему поколению осмыслить важность в его сохранении. Это значит, что музей справляется со своей основной миссией, которая была озвучена ранее: коллекционирование, сохранение и воспитания в посетителях исторической памяти на примере простых вещей, которые на их глазах становятся музейными экспонатами. Данный цикл будет продолжаться и в 2021, и в 2022 году.

В условиях карантина мы все выставки сделали цифровыми, показывая на сайте музея с экскурсионным сопровождением. То есть выставка выходит за рамки залов, может путешествовать по соцсетям.

Вопрос от Валерии Шёлковой: «Расскажите чуть поподробнее про взаимодействие с местными жителями, по организации выставки «Простые предметы».

Синицына Ольга Валентиновна: «Являются ли ваши жители, которые приносят свои вещи, участвуют в создании выставки, также экскурсоводами по выставке?»

Ответ: Приглашение посетителей, конечно, через рекламу на сайте музея и в социальных сетях. А поскольку проект реализуется восемь лет, то зрители уже знают о том, что эти выставки будут. Постоянные участники, которые достают из своих кладовок и антресолей несметные сокровища, просто спрашивают - Какие в будущем готовятся выставки?.

Реклама о выставке появляется в соцсетях и на сайте музея за 2 месяца и начинается сбор экспонатов. Экскурсии проводятся главными сотрудниками музея и фондов,

хранителями коллекций. Жителей города мы ещё ни разу не приглашали участию в экскурсиях. Это очень хорошая идея, благодарю, мы обязательно возьмем на заметку.

Вопрос: «Передают ли предметы в фонды после окончания выставок?»

Ответ: передают, очень часто. Иногда выходим с такой инициативой к нашим участникам, готовы ли они передать предмет.

Вопрос: «Вы художественный музей, темы, которые вы затрагиваете, больше подходит сфере краеведческого музея, который имеет отношение к жизни в городе, жизни горожан. Как-то вы разводите это с ними или просто так случилось и этим занимаетесь только вы?»

Ответ: Это идея нашего директора, поэтому цикл «Простые вещи» проходит в нашем музее. И каждый предмет это произведение искусств. Например, серьги, это прежде всего эскиз, это же работа дизайнера. Поэтому мы, как художественный музей, показываем эти предметы у себя в музее.

Вопрос: «Сколько приходит посетителей?»

Ответ: Не учитываются отдельно. Это находится в холле, и учитываться будут все посетители.

«Госкаталог и музей. Как превратить рутину в полезный лайфхак». Актуальные проблемы музейного фонда.

Докладчик: Воробьев Андрей Александрович, заместитель директора ГИВЦ МК РФ

Автор конспекта: Ларионов С.П.

Государственный каталог Музейного фонда представляет собой единую информационную систему, с помощью которой осуществляется регистрация сведений о музейных экспонатах в электронной базе данных. Только после того, как предмет будет зарегистрирован в Госкаталоге, он может считаться включенным в Музейный фонд РФ. Благодаря этой системе, и специалисты, и пользователи получают доступ к информации о культурном наследии страны.

С Госкаталогом во внутренней жизни музеев связаны все службы и подразделения. Учет музейных фондов это постоянный процесс, после поступления предмета в музей и его записи в Книгу поступлений весь процесс бытования предмета в музее будет связан с Госкаталогом. В теме выступления заявлено слово «лайфхак», как некий набор навыков и методов призванных облегчить и улучшить возможности пользование данной системой, Госкаталог имеет такую же функцию в отношении учета музейных предметов.

В докладе будут рассмотрены вопросы и проблемы, которые ставит перед музеями Госкаталог и оптимальные способы их решения.

Один из значимых вопросов связан с публичным восприятием Госкаталога. Как же внутренняя жизнь музея работает во внешней среде? Система законодательных инициатив в области цифрового развития предполагает активное пользование гражданами этого ресурса, поэтому игнорировать публичную форму нельзя. Присутствие Госкаталога во внешней среде, публичная часть - это его портал. В котором, на сегодняшний день, в режиме онлайн можно посмотреть выгрузку предметов, осуществляемую музеями, сделать тематическую выборку с помощью поисковой системы. На сегодняшний день активно обсуждается форма общественного представления изображений музейных предметов и их использование. Но зачастую, изображения выгружаемые музеями имеют разный уровень качества.

Прежде всего, Госкаталог – это система централизованного учета музейных фондов и приоритетом является правильно оформленная учетно-хранительская информация о музейном предмете, в этом отношении проблемой можно называть качество переданных данных предметов с дробными номерами, когда за одной дробью записан огромный объем музейных предметов (парные предметы, комплекты, коллекции). Хотелось, чтобы работы музеев по оцифровке музейных коллекций соотносились с работой Госкаталога, так как вся система внутренней жизни музея по учету, хранению и комплектованию переходит в цифровое пространство.

Госкаталог имеет статус системы государственного централизованного учета и состоит из трех реестров.

- Реестр Музейного фонда
- Реестр музеев
- Реестр сделок.

Первоначально эта система преследовала определенные цели, которые поэтапно выполняются. Для обеспечения контроля необходимо было связать всю информацию про музей и предмет внутри Госкаталога воедино с возможностью перекрестно смотреть на эти сведения. И на сегодняшний день это реализуется через систему реестров Госкаталога. В реестре музеев находятся музеи, в реестре музейного фонда находятся предметы, которые хранят музеи, в реестре сделок оформляются все процедуры с музейными предметами, переданными в Госкаталог.

Какие же проблемы могут возникать сегодня у музеев с Госкаталогом?

Прежде всего - это передача предметов, записанных и учтенных не правильно с точки зрения законодательства. Это проблема на уровне бумажных книг: КП и Инвентарей. Неправильно переданную информацию очень сложно изменить в Госкаталоге, поэтому музеи должны быть максимально внимательны и ответственны при передаче

информации о предмете в Госкаталог. Так как это может повлечь проблемы при совершении сделок с музейными предметами, что в свою очередь затронет не только учетно - фондовую работу, но и повлияет на выставочную деятельность организации.

Проблема Реестров музеев тоже имеет место быть. Есть ситуации требующие разъяснения. Реестр музеев создан не для того чтобы формально сосчитать общее количество юридических лиц музеев. Должно быть четкое понимание на федеральном, республиканском, областном и муниципальном уровне, сколько же музеев находятся на его территории. На сегодняшний день точного понимания о количестве музеев на территории РФ нет и это связано с законодательным определением понятия музей. Это понятие широкое, так как помимо музеев, есть организации музейного типа, производственные, ведомственные и частные. Самое основное, что должны понимать государственные музеи, что необходимо зарегистрировать все обособленные музейные подразделения, т.е. так называемую филиальную сеть, расположенную по адресу отличному от адреса юридического лица.

Еще одна проблема реестра музеев, это проблема подачи документов. В этом отношении важными документами являются Паспорт безопасности объекта, который может быть заменен на типовой отчет об объекте (Facility Report) и Положение о порядке и доступ к музейным предметам, предусмотренного ст.35 Федерального закона №54 ФЗ.

После регистрации музея в Реестре музеев этот документ размещается на публичном портале Госкаталога. Документ должен содержать четкую информацию по порядку и условиям доступа граждан к музейным предметам в составе музейных экспозиций, временных выставок, просветительских мероприятий, а также к предметам находящимся в фондах. Необходимо прописать перечень сведений предоставляемых в заявлении для доступа в фонды. Отдельно могут быть прописаны условия проведения фото видео съемки, условия предоставления изображений для исследований и для коммерческого использования. Не нужно предоставлять внутримузейную инструкцию и прочие сведения ограниченного доступа.

В отношении Реестра сделок необходимо сказать, что это самая новая и мало изученная область Государственного каталога.

Для государственных музеев актуальны шесть типов сделок. На сегодняшний день доступны четыре вида сделок, связанных с предоставлением предметов во временное пользование:

- Для экспонирования
- Для реставрации
- Религиозной организации
- Госколлекция музыкальных инструментов

Здесь есть свои тонкие моменты с осуществлением выдачи, стоит остановиться на одном из них. Необходимо понимание, что сделку совершает та сторона, которая выдает предметы.

Важно при совершении сделок опираться на существующую нормативно правовую базу, которая представлена во вкладке документы на сайте Госкаталога. Стоит обратить внимание на ряд новых документов связанных с передачей предметов в безвозмездное пользование, эта форма только еще разрабатывается, но со следующего года она будет доступна в Госкаталоге. Стоит внимательно отнестись Приказы № 492 и Приказ №493.

Приказ № 492 устанавливает форму трехстороннего договора (Минкультуры России, Субъект РФ или муниципалитет и музей) передачи предметов федеральной собственности в безвозмездное пользование для предметов, зарегистрированных в КП в период с 27.05.1996 по 31.12.2016.

Приказ № 493 устанавливает две формы двусторонних договоров:

1. Минкультуры России и музей для предметов федеральной собственности зарегистрированных в КП с 01.01.2017.

2. Субъект РФ и музей для предметов собственности Субъекта РФ.

Для музейных предметов существуют основные вехи учета музейных предметов.

Все что записано в Книгу поступлений до 01.01.2017. прошло амнистию, считается включенным в состав Музейного фонда и передается по плану графику до 2025 года.

Все что поступило после 01.01.2017. чтобы считаться включенным в Музейный фонд должно быть передано в Госкаталог через 60 дней после записи в Книгу поступлений.

В этом отношении нужно четко планировать графики поступлений, учитывать при планировании в объемы Временного хранения и четко соотносить сроки внесения предметов в Книги поступлений с требованиями по срокам выгрузки в Госкаталог.

В завершении необходимо сказать, что Госкаталог неизбежен, он требует общих усилий всех служб музея. Работа в Госкаталоге требует больших усилий и ответственности, так как от этого зависит имидж музея в цифровом поле.

Одно из грядущих новшеств. Цифровой департамент Минкультуры занимается разработкой централизованной виртуальной платформы по цивилизованной продаже изображений музейных предметов. Вероятнее всего эта платформа будет связана с Госкаталогом.

Секция «Музей в интернет пространстве: в поисках своего места»

Собираем виртуальный тур «на коленке» из подручных материалов. Обзор бесплатного софта и полезных лайфхаков.

Докладчик: Ахтамзян Амир Ильдарович, старший научный сотрудник отдела мультимедиа и интернет-проектов Государственного Дарвинского музея

Автор конспекта: Латкина И. Н.

Создание виртуальных туров (виртуальных выставок) с минимальными финансовыми затратами при помощи компьютерной графики.

Предлагаемые варианты программ либо бесплатны, либо стоят достаточно недорого.

Программа **Unreal Engine (версия 5)** используется для создания сцены (самой панорамы выставки). Это игровой движок, бесплатный, хорошие возможности и качество визуализации, фотореалистична, качество графики сопоставимо с реальным восприятием мира. Интерфейс интуитивно понятен даже для новичков. Можно воспользоваться обучающими видео на ютубе.

Сцена виртуальной выставки на Unreal Engine состоит из следующих элементов:

1. **Шаблон 3D галереи** - стены для развески картин, материалы и 3D среда в которую помещаются 3D копии музейных предметов и т.п.
2. Можно добавлять в сцену трёхмерные модели, которые получаю при помощи **фотограмметрии**, т.е. перевод фотографий в формат трехмерных моделей. Они хорошо оживляют виртуальную сцену.
3. **Материалы**, которые создаются дизайнерами выставок.

Вариативность 3D пространства можно создать с помощью **библиотеки Quixel Megascans** <https://quixel.com/>. Бесплатная для пользователей Unreal Engine. Огромная онлайн библиотека с готовыми трёхмерными сканами самых разных фотореалистичных предметов, материалов.

Пути получения трёхмерных моделей:

- Трёхмерное сканирование с помощью сканера Artec Eva.
- Фотограмметрия - фотографирование объекта со всех сторон и перевод при помощи специального программного обеспечения в формат трёхмерных моделей.

Программы для перевода фотографий в формат трёхмерных моделей:

Reality Capture - наиболее популярная, высокая скорость работы, steam версия от 700 руб. в месяц. Простой интерфейс.

Agisoft Metashape - требует более продвинутых навыков, результаты лучше, steam версия от 11 000 руб. Standart, и образовательная 4 000 руб., больше возможностей для редактирования.

Дополнительные программы и инструменты:

Программа для оптимизации 3D сканов (уменьшение до нужных размеров) - **Instant Meshes**

Nvidia Ansel - инструмент, позволяющий создать внутриигровые фотографии профессионального уровня.

Создание и особенности использования виртуальных выставок. Проведение онлайн экскурсий

Докладчик: Определенов Владимир Викторович, заместитель генерального директора по цифровому развитию Государственного музея изобразительных искусств им. А.С. Пушкина

Автор конспекта: Салтыкова Т.В.

Инструменты, которыми пользуются в Пушкинском музее:

Панорамы сначала необходимо снять, можно и своими силами, важно закрыть все точки, 36 кадров на профессиональную технику, используется специальный панорамный штатив для вращения **Manfrotto** 360 или Ninja. Главное зафиксировать точку. ПО для сборки: PTGui

Туры по виртуальному пространству – только своими силами / штатные сотрудники: съемка и обработка, контент.

KRpano.com – бесплатная система – делают навигационные фотопанорамы. Нужно желание и специалист. Набор скриптов можно встроить в любой сайт.

На портале Культура.рф – есть блок виртуальных музеев. Пример – Музей Суздальский, большой обзор панорамы. Ключевая ошибка настройки – хотя панорама выглядит верно, но нас чуть-чуть укачивает, поскольку изображение слишком растянуто, человек так не видит. Нужно установить/настроить 50-ую точку, когда восприятие будет похоже на реальное. При приближении панорамы меняется ощущение. Это важно учесть особенно при проведении онлайн экскурсии.

Фактор скорости показа – очень важен при проведении онлайн экскурсии. Нельзя быстро вращать панораму, т.к. людям становится дискомфортно («гигиена показа»), нужно научиться медленные повороты, аккуратные плавные приближения – как в реальной жизни при проведении экскурсий.

Недавно был проведен крупный вебинар с коллегами из Культура.рф, который сегодня выложен на канале proculture.ru. Он называется «Организация лекционной и экскурсионной работы онлайн на основе виртуальных туров». На канале многие детали по теме и материалы. Находится в разделе PROКУЛЬТУРА.РФ «Знания» - архив со всеми необходимыми пособиями и материалами.

Материалы, которые подготовил Пушкинский музей.

На официальном сайте в разделе музейная IT-лаборатория есть методические пособия по ведению онлайн экскурсий. На примере Пушкинского музея показано и рассказано, как вести онлайн экскурсию на платформе ZOOM, и показаны главные нюансы того, как надо показывать и рассказывать и какие-то технические моменты, которые необходимо учитывать.

Подготовка 3D объектов. На сайте базовой кафедры информационных технологий в сфере культуры Высшей школы бизнеса можно скачать Методику создания 3D моделей культурного наследия с помощью технологии фотограмметрии. Пошагово сделана инструкция, как сделать 3D модели.

Сервис ЯндексПанорамы позволяет в схожем формате индор выкладывать снимки на карты Яндекса, т.е. можно посмотреть панорамы в схожем формате панорамы музея, как просматриваются панорамы улиц. Есть специальная настройка «возможность загрузки интерьера». В разделе есть подробная техническая инструкция и требования к этим панорамам. Если на сайте музея нет возможности сделать панорамы самим, то их можно просто выложить с помощью ресурсов сервиса ЯндексПанорамы. Но там не будет функции приближения изображения. Это позволит музею быть в доступе.

Виртуальная экскурсия – это не только виртуальный тур. Это также и качество речи спикера, качество звучания, подсветка, правильно настроенный фон, подготовка скорости речи, уважение к слушателю, т.е. необходимо готовить все материалы заранее, проверить работу своего компьютера, отключить все всплывающие напоминания, отключить звук на телефоне. Важна и посадка экскурсовода и то, как он рассказывает. Этот навык появляется не сразу, надо учиться и тренироваться.

Новая техническая возможность на сайте Пушкинского музея – раздел «Медиа» - «Виртуальный Пушкинский» - возможность покупки билетов на виртуальные экскурсии, занятия для детей и лекции. Онлайн экскурсии и занятия теперь для Пушкинского музея – это обычная составляющая, часть современной работы музея. Нет деления на реального и виртуального посетителя.

Важно – формировать архив онлайн выставок, тк они являются квинтэссенцией интеллектуальной работы музея – ответственность перед будущими поколениями

Контакты: Определёнов Владимир

- Заместитель директора по цифровому развитию Государственного музея изобразительных искусств им. А.С. Пушкина
- Заведующий кафедрой ИТ в сфере культуры Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)
- Член Президиума и председатель Совета по цифровому развитию ИКОМ России
- Член управляющего Совета ведущего клуба ИТ-директоров и директоров по цифровой трансформации России 4CIO

СММ без бюджета

Докладчик: Михайлова Анна Вадимовна, аналитик управления музейно-туристского развития в Мосгортур, лектор в PRO. Культура. РФ, Ph.D

Автор конспекта: Козловская Н.В.

Как выстроить SMM-стратегию, когда ресурсы ограничены?

Ресурсы:

- материальное обеспечение, когда не выделяются финансовые средства на таргетированную рекламу
- техническое обеспечение, когда нет необходимой техники и гаджетов

Стратегия – это документ, в котором сформулированы четкие цели и задачи. Она объясняет, зачем и для кого учреждение культуры ведет аккаунты в социальных сетях.

Сегодня аккаунты в социальных сетях – это такой же обязательный элемент, как сайт-визитка, информационный сайт и полноценный портал.

Какие задачи чаще всего стоят перед музеями? Увеличение посещаемости online и offline. В бизнесе социальные сети используются для рекламы товаров и услуг, а музеи редко используют коммерческие технологии, они чаще создают просветительские посты и публикации. Главная функция аккаунтов в социальных сетях у учреждений культуры – общение между людьми и общение людей и брендов.

Музеи через социальные сети выстраивают лояльное сообщество. При взаимодействии с представителями этого сообщества важно проанализировать целевую аудиторию не только по первичным признакам, таким как пол, возраст, социальное положение, но и увидеть портрет реального человека, который получает информацию через сообщество. Представляя лучше конкретного онлайн посетителя легче сформировать и разнообразить контент-план, а также создавать «человеческие» тексты, которые легко воспринимать.

Каналы коммуникации:

Не стоит в социальных сетях использовать только формат постов в ленте. Сегодня социальная сеть достаточно хаотично показывает пользователю публикации тех пабликов, на которые он подписан. Используйте разные формы и форматы: посты, лонгриды, рассылки, обложки. Социальные сети не зря разрабатывают эти сервисы, чтобы информацию можно было доносить по-разному.

Контент план:

Создавайте план на день, неделю, месяц, год, где структурированы рубрики и время выхода в эфир.

Какие дополнительные бесплатные ресурсы можно задействовать для продвижения учреждения культуры в социальных сетях?

- личные страницы сотрудников учреждения, где они рассказывают о работе музея, буднях, проектах, командировках и стажировках. Это помогает развивать учреждение и усиливать его присутствие в интернет пространстве. Проанализируйте, кто из сотрудников мог бы стать таким журналистом, какие события и в каком формате он бы мог продвигать и анонсировать.

- контент от пользователей, где они делятся своим опытом и отзывами, историями о вашем учреждении. Развивайте медиаволонтеров и медиастажеров, привлекайте школьников для создания контента.

Какие навыки будут востребованы в социальных сетях в ближайшее время?

-вертикальное видео еще недавно считалось плохим тоном, но сегодня формат сторис полноценно вписался в жизнь, их просматривают на любом смартфоне.

- драматургия необходимый навык для понимания развития видеосюжета, в котором важна завязка, ход событий, интрига и развязка.

- мультимедийный сторителлинг и мультимедийная журналистика, когда используются разные форматы видео, наклеек, опросов, сюжетов.

- интерактив, когда проводятся стримы, взаимодействие с чат-ботом – обмен информацией между роботом и человеком.

- персонализация, когда решения принимаются на основе сбора пользовательского поведения (data-driven marketing)

Для успешной работы в социальных сетях также важно обратить внимание на тренды музеологии:

- пост-колониальные теории
- социальная повестка и инклюзия (Black life matters)
- доступность цифрового контента
- профессиональная солидарность и этика

Что считать успехом работы в социальных сетях?

Не корректно считать только просмотры и лайки в отрыве от конкретных целей и задач. Важно сверяться со стратегией и видеть проблему комплексно. Не корректно создавать продукт и выдавать его SMM-специалисту для продвижения и рекламы, важно привлекать таких сотрудников на стадии планирования нового продукта или услуги, чтобы можно было внедрить в процессе создания эффективные и креативные инструменты и формы продвижения.

Для оценки эффективности важно проводить анкетирование, чтобы понимать востребованность социальных сетей. Для аналитики работы сайтов важно использовать метрики google или yandex и анализировать изменение ключевых показателей во времени. Только комплексный подход от задач и целей smm-стратегии до аналитики kpi дадут эффективный результат.

Вопросы из чата:

Нужен ли музею канал в Telegram?

В телеграмм своя специфика – короткий, емкий текст, анонсы и реклама событий для этой сети не актуальны. Для ведения канала нужен сотрудник, который понимает специфику, способен адаптировать тексты. Сегодня в РФ менее 100 музейных телеграмм-каналов. Самый подходящий формат – личный канал с увлекательным рассказом о своей работе в музее или анонимный канал, освещающий болевые точки отрасли. Аудитория телеграмма – это больше мужчины из столичного региона, вряд ли нужно заводить отдельный канал региональному музею.

Какие перспективы музейного присутствия в TikTok?

Сегодня офис Тиктока в РФ оказывает большую поддержку для продвижения музейного контента. Для захода в тикток музею нужен специалист, который испытывает кайф от ведения такого аккаунта. Видео в формате 30 секунд и с определенной драматургией – это вызов для музейного мира. Посмотрите тренды Тиктока, попробуйте повторить, подумайте, сможете ли делать похожее?

Сторис в Инстаграме: интерактивные механики как эффективный способ продвижения

Докладчик: Михайлова Анна Вадимовна, аналитик управления музейно-туристского развития в Мосгортур, лектор в PRO.Культура. РФ, директор АНО «Идеи для музеев», Ph.D

Автор конспекта: Латкина И.Н.

Что такое сторис:

- Сторис (stories) - исчезающий контент, который доступен пользователям только 24 часа после публикации. Можно сохранять в подборки, чтобы он не исчезал.
- Популярный формат взаимодействия с подписчиками, отлично подходит для музейных аккаунтов.
- Длится 15 секунд.
- Такой формат есть в Инстаграме, Фейсбуке, во ВКонтакте.
- Предполагает вертикальный формат изображения, так как просматривается со смартфона.
- Создаётся на основе фото или видео, дополняется текстом.
- Если аудитория активно взаимодействует с вашими сторис, они получают большой охват. Инстаграм отслеживает, как вы взаимодействуете с историями - куда и сколько раз нажали пальцем, следовательно, нужно наполнять контент кнопками.

Как создать сторис

- Снять фото/видео из интерфейса приложения
- Загрузить фото/видео, снятое ранее
- Подготовить фото и видео в специальной программе. Удобная программа Canva: большой выбор бесплатных шаблонов, есть шаблоны специально для создания сторис. Нужно выбрать подходящий шаблон, настроить его, добавив свои изображения, текст и т.п., скачать созданный вариант.
- Поделиться публикацией

Как оформить сторис при размещении на платформе:

- Выбрать фото
- Загрузить
- Дополнить стикерами, текстом, креативом (бумеранг, коллаж, зум, прямой эфир, маски, эффекты)

Стратегия создания сторис

- Сторис как сериал: один фрагмент должен быть связан с другим
- Драматургия - что хотим рассказать
- Интрига
- Целеполагание - что хотим по итогам сторис - действие, эмоцию, переход по ссылке и т.п. Пример: вопрос “Что за животное на фото?” и затем дают ссылку для перехода на пост с рассказом об этом животном.

Как использовать стикеры

- Стикер - это “наклейка” на фото или видео: кнопка действия или дополнительный контент.
- Количество и тип “стикеров” зависят от выбранного для сторис сценария, прежде чем размещать стикер, ответьте на вопрос “зачем это нужно в данном конкретном случае?”. Стикер должен направлять аудиторию к целевому действию или вызывать требуемую эмоцию.
- Большая история разделяется на фрагменты - 10-15 сторис, стикеры используется не более 1-2 на сторис. Ставить стикеры лучше по центру, а не по краям - экраны на телефонах у всех разные и рисунок может быть обрезан.
- Помним про задачу

Интерактивные механики - важно, чтобы человек задержал сторис пальцем или нажал кнопку или отправил ответное сообщение, вернулся к прошлым сторис, для этого нужно:

- Мотивировать человека «нажать» на кнопку
- Интерактив должен быть простым, интересным, забавным

- За примерами - к блогерам и инфобизнесменам: использование примитивных, но действенных и популярных среди аудитории техники

Варианты интерактива на примере аккаунтов блогеров: участие в конкурсе поставь лайки, накидайте аккаунты в сторис, тесты “хорошо ли вы меня знаете”, опросы “что мне надеть, что съесть, куда пойти” и т.п., поиск букв и т.д., отметить аккаунт музея на своём фото и попасть в подборку, делиться отзывами посетителей, добавляя поясняющий комментарий.

Не стоит делиться через сторис афишами, не подготовленными специально для формата сторис в инстаграме, т.к. текст плохо читается, экран маленький.

В видео лучше добавлять субтитры или краткое тезисное описание того, что происходит, т.к. не всегда и не всем удобно смотреть видео со звуком.

Секция «Музей и общество. Оправданная экспансия»

Общество и музей.

Докладчик: Кальницкая Елена Яковлевна, генеральный директор Государственного музея-заповедника Петергоф, доктор культурологи, профессор.

Автор конспекта: Киселева Ю.П.

Приветствие модератора.

Модератор Н.В.Козловская, приветствуя и представляя Кальницкую Елену Яковлевну, отметила, что в начале октября Наталья Яковлевна была в Петрозаводске, в Музее изобразительных искусств и лично открывала выставку «Царь и море», любезно предоставленную ГМЗ «Петергоф» жителям и гостям нашей республики.

Сегодня, на конференции-лаборатории, через своеобразный виртуальный мост, есть уникальная возможность живого общения, обмена опытом по вопросам взаимодействия музея с местными сообществами. Ведь сегодня Петергоф – это целая экосистема, сформировавшая вокруг музея как учреждения культуры новое сообщество, новые аудитории, новое взаимодействие. Не случайно Елена Яковлевна

решила, переформулировала тему своего доклада не «Музей и общество», а «Общество и музей».

Приветствие спикера.

С удовольствием приняла приглашение вашего музея. Мне очень понравился ваш город, в котором я побывала впервые (была в первый раз). Много удалось посмотреть, оценить, ведь Петербург и Петрозаводск ровесники.

Постановка проблемы.

В условиях изменяющегося времени, меняется общество и музеи, а следовательно, в новых условиях нужно искать новые пути их взаимодействия.

Значение Петергофа в жизни русского общества на протяжении трех столетий.

Исторически сложившееся взаимодействие общества и императорской резиденции, которая уже с 18 века воспринималась музеем, было продолжено Елизаветой Петровной, взявшей один из дворцов отца – это был дворец Марли, поместив туда все мемориальные вещи, показывая его как «музей памяти». Изначально заложенная мемориальная составляющая, а также особенность петергофской резиденции, куда допускались все сословия и были примеры разных забав, балов с участием аристократов, дипломатов и императорского двора, формировали в обществе того времени долю любопытства – народ приходил посмотреть как живет двор, как одет, мало однако имея возможностей для такой жизни. Проблема общества и резиденции музейного типа, существует уже с 18 века.

Основные пути взаимодействия музея и общества.

Сегодня проблема взаимодействия общества и музея приобрела совершенно другой характер. В современном мире музей и общество должны идти навстречу друг другу.

Путь навстречу.

Одна из форм взаимодействия в петергофском музее – дать возможность посетителям погрузиться в глобальную, важную тему для страны. Например, в «Год литературы» мы делаем праздник, посвященный году литературы, в «Год культуры» соответственно, посвященный этому событию. Обязательно раз в год проводится праздник на Большом каскаде, который транслируется по телевидению, на него приходят до 50-ти тысяч человек. Уникальность и весь интерес этого праздника в том, что он одномоментный и живой, его невозможно записать на видео - это праздник присутствия. Традиция подобных праздников в Петергофе идет с 18 века, и не должна прерваться сейчас.

Формирование музейного отношения к исторической действительности.

Главная тема 2020 года, которая звучала и будет еще звучать - это тема Победы в Великой отечественной войне. Тема абсолютно петергофская, ведь известно, что Петергоф погиб в войну почти полностью. Давно исследуя в музее эту тему, всегда удивляло, почему же настолько не изучена военная тема. То ли это было слишком больно в начале, то ли нет показаний жителей, свидетелей. Свидетелей, по сути, и не было, Петергоф был полностью оккупирован. Павел Владимирович Петров, доктор исторических наук, очень серьезный архивист работал над этой темой на протяжении 8 лет: он собирал документы, почему же было так мало сведений. И вот Павел Владимирович искал сведения в архиве коммунального хозяйства, в архиве Смольного и в других, совершенно не популярных для исследователей искусствования архивах... и это опубликовано в два больших тома документы только военных лет. Из этих документов картина ясна (показ и презентация книги «от Петергофа сохранилось только небо»).

Интернет проект «От Петергофа осталось только небо», сделанный на основе документов 1944 года, настолько обращен к современному обществу, что для общества он может быть более полезен, чем для музея был выложен в социальные сети, и даже предложен для просмотра прямо с электронной почты. Посмотрели его тысячи людей. Мы все время стараемся искать те взаимодействия с людьми, которые сделают музей более популярным, привлекательным. Наверное, в этом и есть музейная экспансия.

Например, на одном из слайдов фотография, сделанная вчера, когда выпал первый снег, а фонтаны еще работают. Это крайне редко, когда выпадает снег, а фонтаны еще работают.

Работу с детьми мы тоже постоянно ведем и это наша дань уважения обществу. Но странно то, что петергофские школы меньше с нами сотрудничают, может быть, считая, что мы для них константа. А школы Петербурга едут с удовольствием. Мы стараемся делать такие экспозиции и держать такую грань, что музей не может опуститься до ширпотреба, подчиняясь потребности общества, а общество этого все время хочет.

У нас есть сувенирный магазин. Мне кажется, что сувениры, которые музеи выпускают должны быть на самом высоком художественном уровне. Конечно «золотой Самсон» будет нравиться всем, но

Уже лет восемь мы практикуем такой опыт, который в музейной среде называется «театрализацией музейного пространства». Это созданная среда, которую мы моделируем и в которую интегрируем музейные предметы. Почему мне стала интересна эта тема, ставшая и темой моей диссертации. Как из музейной среды сделать музейную среду более информационной Молодежь туда пойдет. Музей должен быть сделан на научной основе, он должен содержать подлинные вещи.

Конечно, такой музей может возникнуть, если нет серьезных коллекций, но тогда встает вопрос, а музей ли это.

Музей работает и с интернет сайтом. Сегодня интернет сайты – колоссальное орудие в наших руках. Для примера можно сказать, что в Петергофе сегодня 32 музея, если человек дома потрудится, почитает, он сможет четко представлять, что он хочет посмотреть. Ведь более трех посмотреть невозможно и человек должен их выбрать для себя сам.

Конечно, важны информационные технологии в соцсетях – мы этим активно пользуемся, делаем подкасты и многое другое, понимая, что это тоже очень сильное средство разговора с обществом. Ведь в музее мы занимаемся и воспитательной, и просветительской работой. И здесь есть обратная связь, которая тоже бывает разная.

Пример.

Было объявлено от отказа в период пандемии от ряда льгот, а у нас около восемнадцати разных категорий, в том числе по приказу – абсют. Думали, что люди нас поймут, ведь в такое трудное время музею необходимо было просто выжить. В сравнении с другими музеями России, где до 90% финансируется государством, у петергофа финансировалось лишь 20%. После того, как оказалось, что у нас нет посетителя, у нас не было денег. Эта проблема остается и сегодня, нам надо дожить до конца сезона.

Формирование представления общества о памятниках культурного наследия.

Проблемы музея = проблемы общества

Проблемы нового опыта.

Музей в прайм-тайм. Новый формат вернисажа, эпатаж, театральность, экскурсия.

Докладчик: Петрова Юлия Владимировна, директор Музея русского импрессионизма.

Автор конспекта: Никифорова Л.А.

Частные музеи в СПб в музейном деле выполняют те же задачи, что музеи государственные, только финансируются из другого источника.

Музей русского импрессионизма потратил немало сил на то, чтобы заслужить, чтобы государственные музеи к нам относились как к равным. Музей гордится партнерством

с государственными музеями, с крупными международными институтами, такие как Центр Помпиду или Музей Орсэ.

Сегодня речь об онлайн-вернисаже выставки «Сергей Виноградов. Нарисованная жизнь». Обычно вернисаж это: красивый праздник с нарядными гостями, музыкой, интересными экскурсиями, интересными разговорами.

Выставка была перенесена с июня на сентябрь, а также стало понятно, что даже в сентябре в нынешних условиях придется изменить формат события.

Хотелось провести вернисаж и для себя самих, и для наших гостей, чтобы это было ярким событием, соответствующим по духу самому Сергею Виноградову, а он был человеком радостным и умеющим красиво жить.

Подготовку к вернисажу мы начали за три месяца до события.

В основном онлайн событие это запись или прямая трансляция традиционных офлайн событий: то есть онлайн лекция это запись традиционной лекции, онлайн спектакль это запись и трансляция в интернет традиционного спектакля и т.д.

За последние месяцы при возникшей уже у публики определённой усталости от онлайн событий и от экрана в целом, мы понимали, что нужен некий иной формат: не просто приветственные слова директора, слово куратора, перечисление участников и спонсоров, экскурсия по залу и пр.

Цель онлайн-события компенсировать отсутствие традиционного вернисажа, сохранив большой охват аудитории, волну публикаций в СМИ и публикации блогеров, и при этом рассказать о художнике, рассказать о выставке, о той работе, которую мы проделали.

Нужен был формат, который мог бы заинтересовать публику разных возрастов и при этом уложиться в довольно короткий промежуток времени – не более 40 минут.

Онлайн событие, перформанс, которое мы назвали премьерой выставки, это 30 минутный фильм с участием артистов театра и кино (Сергей Чонишвили, Александра Ревенко, Владимир Варнава и другие).

Сценарий написала наша сотрудница отдела по работе с посетителями Елена Шарова. Предложенный нами перформанс построен на документальном материале: воспоминаниях самого Сергея Виноградова и его современников о нём самом, зарисовках о времени и рассказы искусствоведов. События, связанные с приобретением Сергеем Виноградовым коллекций Ивана и Михаила Морозовых.

Использование различных тем музыкальных визуальных ассоциаций, народное пение, классический балет и современный классический танец представило дополнительную возможность рассказа истории с разных точек зрения, привлечение артистов разных жанров позволило провести параллели между историями столетней давности и

сегодняшним днём. Мы намеренно отказались от прямого костюмированного исторического представления. Современные театральные решения дают гораздо больше возможностей и интересны для зрителей.

Событие проходило в прямом эфире за исключением заранее записанных выступлений. Следующий наш вернисаж запланирован на конец января. Я бы очень хотела чтобы мы могли, наконец, встретиться. Но если этого не получится, мы повторяться не будем, будем придумывать что-то новое.

Расширение понятия инклюзия. Как музеи работают с темой миграции и вынужденного переселения.

Докладчик: Филипповская Александра Ярославовна, координатор отдела инклюзивных программ Музея современного искусства «Гараж».

Автор конспекта: Зубарева С.Л.

Инклюзивная программа музея «Гараж» входит в состав устойчивого развития музея наряду с такими частями как экономическая устойчивость, стратегическая устойчивость и культурное развитие. Т.е. для нас инклюзивная программа это важная часть развития музея, без которого мы не представляем движения вперед.

Если говорить про саму структуру музея и куда именно интегрируем инклюзивные программы : инклюзивные программы стараются открывать свои практики во всех программах начиная от выставочной деятельности и заканчивая издательской , архивной деятельностью и региональными проектами музея. Если мы говорим про инклюзивный отдел в музее, то он появился в 2015 году, 5 лет назад, т.е. в этом году мы празднуем свой маленький первый юбилей.

И в целом инклюзию мы понимаем в музее не только как работу с людьми с инвалидностью, как достаточно часто её воспринимают в различных культурных институциях. Мы её понимаем шире и понимаем, что это создание комфортных условий для всех людей вне зависимости на каком языке они говорят, вне зависимости от своего возраста, наличия или отсутствия инвалидности, т.е. возможно такая несколько утопичная идея, но мы хотим чтобы всем посетителям, которые к нам приходят было комфортно и доступно то что мы показываем с разных точек зрения.

Вообще инклюзивный отдел первоначально работал по таким направлениям как работа с глухими и слабослышащими посетителями, с посетителями с особенностями ментального развития, с незрячими и слабовидящими. И с 2015 года у нас появилось направление, про которое я еще буду рассказывать. Это направление по работе с людьми с опытом миграции и вынужденного переселения.

Важно сказать какие еще функции выполняет отдел. Отдел занимается адаптацией, но это как бы одна из его основных функций, но не единственная. Мы стараемся адаптировать все выставки и образовательные проекты и мы создаем также свой контент, т.е. мы ведем свои социальные сети мы специальные курсы, если они нам необходимы для разных аудиторий, мы стараемся популяризировать инклюзию и толерантность и принципы уважения к разным аудиториям и часто поднимаем эту тему на поверхность для обсуждения и считаем что музей является площадкой для диалога, площадкой открытой, где можно и нужно высказывать мнения и стараться прийти к какому-то консенсусу или хотя бы научиться слушать друг друга и принимать мнения которые отличны от вашего.

И так же четвертая и немаловажная часть нашей работы это проф.программа. Мы много работаем с профессиональным сообществом. Делимся нашим опытом, стараемся также учиться и у наших коллег и развиваемся в этом направлении.

Если мы говорим про программы с опытом миграции и вынужденным переселением, то в принципе кого мы подразумеваем под этими терминами. Мы работаем с людьми, которые испытали опыт трудовой миграции и находятся на данный момент в России. Мы работаем с людьми с вынужденным переселением, т.е. с беженцами. И так же мы много работаем с людьми, у которых этого опыта нет, но они считают, что у них этого опыта нет. И наши основные векторы работы соответственно делятся на информационную адаптацию, программы для сотрудников музея, программы для посетителей музея с опытом миграции и на профессиональные программы.

Я постараюсь привести по одному, двум примерам, чтобы было понятнее, про что именно мы говорим.

Если мы говорим про информационную адаптацию, то мы стараемся адаптировать те материалы которые есть в музее, т.е. к примеру, у нас есть тексты, которые обычно считается, что используются для людей с ментальным развитием, это текст который адаптирован для аудитории, т.е. не то чтобы упрощен, это текст который использует грамматические конструкции которые легче воспринимать людям, которые, к примеру, не являются носителем языка, и которым сложно читать кураторские тексты. Будем честны, иногда кураторские тексты сложно читать всем посетителям, поэтому ИЗРИД это тексты которые хорошо работают на разные категории. Со следующего года мы будем дальше делать шаг по информационной адаптации – мы будем запускать экскурсии на таких языках как узбекский и киргизский для того, чтобы посетители, которые к нам приходили, имели бы возможность выбора, на каком языке им было бы удобнее и интереснее получать информацию.

Говоря про наши внутренние программы: ни для кого не секрет, что во многих культурных институциях, в разных компаниях в России, наверное, сейчас практически во всех, работает большой процент людей с опытом трудовой миграции, «Гараж» не

исключение. Сейчас у нас есть достаточно большой пул сотрудников, которые как раз находятся по трудовой миграции в России и для того, что бы нашим коллегам было комфортнее находиться здесь и комфортнее себя чувствовать мы еще в конце 2016 года запустили курсы «Русской как иностранный», который наши сотрудники могут посещать на безвозмездной основе. И плюс ко всему прочему это не является какой то обязательной мерой, т.е. если человек хочет – он ходит на курсы русского языка, если нет – то нет. Но также важно сказать, что в рамках этих курсов мы стараемся посещать и различные культурные институции и знакомиться с тем, что происходит в Москве с точки зрения культурной жизни.

Рассмотрим ряд примеров связанных с людьми с опытом миграции вынужденного переселения. Здесь мы стараемся работать как со взрослыми, так и с детьми и с подростковой аудиторией. И, к примеру, на слайде вы можете видеть ребят, которые являются посетителями миграционного центра «Такие же дети». Для них совместно с этим центром мы проводили курс, который называется «Музей для начинающих». Этот курс, не могу сказать. Что он новый и был разработан под эту аудиторию, зато хорошо проверен временем, этот курс мы первоначально проводили для глухих и слабо слышащих детей. И сейчас мы его немного адаптировали и проводим для ребят с опытом миграции. Это курс который состоит из семи занятий и его основная цель познакомить детей и подростков с такими основными концептами музея как выставка, как куратор, как художник, инсталляция, перформанс и т.д. Курс является как теоретическим, так и практическим. На седьмое занятие участники курса приезжают к нам в музей и знакомятся с тем, что есть в музее и видят живую те контексты, которые мы с ними изучали в рамках этих занятий.

В 2019 году мы запустили межмузейный фестиваль, который называется «Точка перемещения». Этот фестиваль мы совместно проводим с музеем Москвы, с Третьяковской галереей, с Агентством по делам беженцев, с миграционным центром «Такие же дети» и просветительским центром «Школа соседей». Т.е. это фестиваль который рассказывает о таких феноменах как миграция и вынужденное переселение, о том как, в принципе, культурная институция и культурное поле может работать с этой темой. И, к примеру, в 2019 году фестиваль мы проводили OFFFLAIN на разных точках музеев. Это было три площадки - это был музей «Гараж», музей Москвы и Третьяковская галерея. Мы проводили их в выходные и, таким образом, фестиваль растянулся на весь июнь. В этом году мы, как и все, были поставлены в другие условия жизни и мы проводили фестиваль уже Online. Это было тоже такое небольшое для нас испытание, но мы смогли перевести всю нашу лекционную программу и детские мастер-классы в сеть и таким образом наш фестиваль смогли посетить не только московская публика, но и все заинтересованные из других регионов и из других стран.

Следующий проект также иллюстрирует то, как музей работает с людьми «с опытом и без» вынужденной миграции, без опыта трудовой миграции. В этом году мы запустили

курс по основам работы с людьми с опытом миграции и вынужденным переселением. Этот курс мы задумали вместе Мариной Обмоловой – директором интеграционного центра «Такие же дети», потому, что мы поняли, что «Гараж» не единственный кто сейчас пытается работать с этой темой, но все мы почувствовали острую необходимость в людях специалистах, кто может работать с этой тематикой, но опять же со знанием этнокультурных проектов, т.е. как их делать и о том как работает музейное поле. И поэтому мы взяли на себя ответственность и решили сделать такой образовательных курс, который запустили в феврале. Курс должен был продлиться до мая и состоять из таких блоков, как юридический, психологический, социокультурный. Т.е. показать какими правами и обязанностями владеют люди с опытом миграции и вынужденного переселения. О том какая, в принципе, ведется повестка в миграционной политике не только в России, но и у других стран, какие культурные инициативы есть в разных странах и о том как работать психологически с людьми, которые пережили травму вынужденного переселения и о том, как самому не сгореть, работая с этой темой и с людьми с этим опытом. Но курс наш немного пролонгировался в виду эпидемиологической ситуации и закончили мы только 3 октября, но это позволило нам менять курс как трансформер за время, и курс закончился тем, что мы сходили на практику в организации, которые занимаются темой миграции как на международном уровне, так и на российском и на московском. Плюс выпускники курса, их было 15 человек, для того чтобы выпуститься с курса должны были разработать свои проекты в этой области, представить их для защиты и, чему мы несказанно рады, все ребята справились и сейчас их проекты будут реализованы в течение следующего года. Действительно будут воплощены в жизнь, а не просто уйдут в стол. Это нам лестно, но и является приятным бонусом и продолжением курса в реальной жизни.

Мы много внимания уделяем профессиональной программе. В прошлом году мы делали конференцию «Музей ощущений». Это ежегодная конференция, которую мы проводим с 2015 года. Каждый год конференция меняет свой фокус и в прошлом году она была посвящена теме миграции и вынужденного переселения, о том, как именно культурные институции могут работать с этой темой. Именно работать на взаимодействие с аудиторией, уходя от колонизаторской политики и экспансии. И это конференция которая длилась в течение трех дней в декабре. Она поднимала как международные кейсы, так и российский опыт, о том, как работать с детьми с опытом миграции и с подростками. И я надеюсь, что в ближайшее время мы сможем на новой платформе инклюзивного отдела поделиться всеми практиками. А также в следующем году представить вам методическое пособие о том, как работать с этой темой в музеях.

Вопрос: Есть ли в этом направлении движение не только в центре, в Москве, а со стороны регионов?

Ответ: Мы разговаривали на эту тему только с коллегами из Санкт-Петербурга и они имеют хороший опыт работы с этой темой, по работе с подростками с опытом миграции и вынужденного переселения. Что касается других городов и регионов – пока я с этими запросами не сталкивалась. Но и такой важный момент, когда мы в прошлом году создавали этот курс, мы изначально рассчитывали, что будет большой запрос от музейного сообщества по участию в этом курсе, но в итоге оказалось, что от музейного сообщества было только две заявки. При том, что мы набрали в итоге 18 человек, выпустили 15. Т.е. достаточно большое количество ребят, которые пришли на курсы это были либо исследователи в области миграции, которым было интересно посмотреть именно с точки зрения культуры через эту призму. Либо это были клинические психологи, это были преподаватели русского как иностранного. Была совершенно разная по своему составу группа, и это был прекрасный опыт обмена и опытом, и информацией, и разными подходами, и разными точками зрения. И пока мы довольны тем, что у нас в итоге получилось

Вопрос: Вы упомянули создание упрощенного языка в текстах. Есть ли у вас опыт работы с пожилыми людьми. И знаете ли еще какие ни будь институции которые работают с такими текстами.

Ответ: Да. У нас есть программы, которые направлены на работу с людьми старшего возраста. Но РИТЕКСТЫ доступны на сайте, в пространстве музея. Мы их не выделяем как на какую-то определенную аудиторию. Это просто тексты, которые адаптированы и их можно использовать и читать любому человеку, который считает, что ему было бы комфортнее читать их и воспринимать. И в принципе РИТЕКСТЫ используют в разных музеях. Это и музей Русского импрессионизма, исторический музей, пушкинский музей, Третьяковская галерея и др. Это заточено не под одну аудиторию, а это тот инструмент, который работает на всех и на этом основывается инклюзия.

Музей для зрителя, или зритель для музея.

Докладчик: Ксения Сурикова, музейный куратор Ascreen, кандидат культурологии, действующий член ICOM.

Автор конспекта: Никифорова Л.А.

Проанализировав присланные анкеты и опираясь на свой опыт, я попытаюсь рассмотреть вопрос взаимоотношений музея и зрителя.

Отвечая на вопросы анкеты, сотрудники музея подчеркивают важные вещи во взаимоотношениях музея и посетителя.

Готовя определенное музейное событие, мы представляем как-то для себя аудиторию, как она будет себя вести, но иногда это довольно абстрактное представление.

Аудитория ведет себя иначе. Мы думаем, что сейчас людей всему научим, а люди, оказывается, сами что-то прекрасно знают и в свою очередь могут нас научить и обогатить нашу экспозицию.

33 ответа на анкету, музеи разного профиля.

Первое и главное. По посетителям: им важен контекст. Часто задают вопросы. Всем хочется узнать больше. В художественных музеях интересует сюжет работ, биография художника, достоверно ли то, что изображено, какие значения символов. Когда взрослые приходят вместе с детьми, часто родители объясняют.

Важен контекст. И его легко предоставить. Это не требует серьезной перестройки экспозиции, или финансов. Возможно, нужно провести изучение посетителей, понять, что конкретно нужно. Вот пример: таблички на каждый предмет (**прямо на минералах? На самом предмете?**), т.к. иногда бывает табличка на весь список находящихся рядом предметов. Да не всегда просто соотнести, можно пытаться как-то видоизменять, искать другой вариант.

Дополненная реальность, например. Можно использовать персональные устройства для посетителей. Тем, кто не любит читать, не хочет сам смотреть, не хочет слушать, нужно дать возможность использовать удобные и понятные любимые интерфейсы дополненной реальности.

Кейс Калужского музея изобр.искусств: интерактивные, экспонаты, виртуальные лектории мультимедийные средства. Вопросы все равно задают.

Я обратилась к опыту художественных музеев, в том числе европейских. Мы привыкли к виду экспозиций: белые стены и висят картины. В целом в классических музеях есть какие-то выставочные проекты, есть специальное пространство, предназначенное, допустим, для детей, или какое-то место на ночь музеев. Когда можно попробовать «похулиганить» хорошему смыслу и добавить текста, добавить объяснения. Интересные факты. Если человек готов долго стоять и рассматривать, то почему бы не разместить вокруг текст, который расскажет больше о предмете.

Дважды прозвучало в анкетах: нелюбовь посетителя к документам, к «бумажкам». Документы остаются без внимания. Вопрос в том, какая стоит задача. Показать подлинный документ? То показывается сам документ, и есть документы, которые сами по себе интересны. Если задача показать не столько документ, сколько информацию в нем, то можно использовать мультимедийные средства. Написать текст документа на стене. Через **мультипликационные (?)** книги, как вариант показа. Еще вариант – инсталляции, сенсорные манипуляторы и пр.

Были сообщения, что интересуют старинные предметы, неизвестные предметы. Интересно – взаимодействие с предметом (поддержать в руках), адаптировать предмет, поместить на предмет «метку» для работы на сенсорном столе. Позволит посетителю удовлетворить интерес к предмету со всех сторон, однако, это не вариант работы с музейным предметом.

Следующий важный момент. Всегда привлекают посетителей личные истории, личные вещи, личные воспоминания. Когда экспозиции сложились, можно добавить личные истории. Портреты, тексты. Можно добавить акустику: записать воспоминания, истории реставрации предметов, динамические терминалы.

Надо попытаться связать жизнь посетителя с той историей, которую мы рассказываем на экспозиции.

Кейс, связанный с персонализацией: чем ближе для меня история, рассказываемая в музее, тем интереснее находится в нем. В Берлинском музее выдают браслет, который позволяют считывать информацию. На интересной для посетителя информации он прикладывает браслет. В конце – информация отправляется на электронную почту. Это создает дополнительный интерес к экспозиции. В РФ не применяется.

Еще кейс, связанный с персонализацией: мы делаем посетителя участником создания экспозиции во время ее работы: в Берлинском музее фрагменты карты города можно раскрашивать, записывать места любимые-нелюбимые и потом ее приклеить на карту Берлина. Так формируется карты города.

Кейс музея Басманного (?) района. Музей под открытым небом. Формируется пространство благодаря историям жителей, работой с сообществом. Жители сами формируют «музей».

Кейс из Перми-36 и аджимушкайских (?) каменоломен. Ответ из Каменоломен о запрете обсуждения во время посещения экспозиции. Из личного опыта посещения: в какой-то момент экскурсовод берёт и, не предупреждая, выключает свет, ты находишься под землей. Свет гаснет полностью, и хорошо у тебя крепкая психика и нет никаких проблем. Это может трагически закончиться, есть люди, которые просто физически не могут приносить таких ситуаций. И этот элемент театрализации, на мой взгляд, с негативным уклоном.

И самое главное то, что нельзя обсудить, спросить. Дать возможность спросить нужно. Ты не можешь говорить, хотя очень интересуют вопросы, связанные с этой историей.

Для музея важно транслировать посетителю, что мы не только говорим тебе, мы не только показываем, но и слышим тебя.

Секция «Профессия музейщик – управление временем и энергией»

Профессия музейщика: вчера и сегодня

Докладчик: Клюкина Анна Иосифовна, директор Государственного Дарвиновского музея.

Автор конспекта: Макарова Н.В.

Приветствие.

Важный вопрос, на который необходимо ответить: что изменилось в профессии «музейщик». В главном ничего не изменилось – «музейщик» либо есть либо нет.

Раньше в образовательных учреждениях не было кафедр «музееведение». Сейчас они есть, но в музеи чаще приходят работать либо «историки» либо «искусствоведы». В естественнонаучные, технические музеи нужны другие специалисты. В Дарвиновский музей нужны люди с профессией «биолог» - человек приходит как биолог и потом становится музейщиком (либо не становится). Поэтому «музейщик» либо есть либо нет.

Нельзя сказать, что в профессии ничего не изменилось. 45 лет назад было 2 учебника по музееведению – «Основы советского музееведения» и «Музееведение». Сейчас книг много, много статей по музейному делу, но не все они могут помочь в практической деятельности музея. Дарвиновскому музею бесконечно повезло - основатель музея А.Ф. Котс написал много статей по музейному делу, которые легли в основу многотомного «Собрания сочинений», в которых освещаются многие вопросы и проблемы музееведения. Когда готовилась экспозиция Дарвиновского музея в 1994г. - при подготовке тематико-экспозиционных планов, при работе с научной концепцией, художественной концепцией - использовались труды А.Ф. Котс.

Например, сейчас много существует статей о том, как должен выглядеть этикетаж. Запомнилась фраза А.Ф. Котс относительно этого вопроса: «Не надо превращать экспозицию в стенную газету».

Конечно, подход к созданию экспозиции изменился. Но в том смысле, что не сама экспозиционная работа, а скорее метод. Появилось очень много интерактивных и мультимедийных технологий. Но главная задача экспозиции остается неизменной - показать предмет. Важно выдержать грань - предмет в экспозиции играет главную роль.

Важно - использовать социологические данные. Но сейчас, социологические исследования сильно формализованы. Ушла в прошлое «душа» из этих исследований. Хотя общую тенденцию эти исследования дают, что хорошо, бесспорно.

Одно из самых интересных направлений – это работа экскурсоводов. Современная тенденция - на Западе ряд музеев отказались от проведения экскурсий, например Музей естественной истории в Лондоне.

Какая должна быть экскурсия? Как проводить экскурсию? Это очень важные вопросы, особенно, когда музей большой.

Но экскурсионная работа очень важная часть музейной жизни. Можно привести слова А.Ф. Котса: «Не каждый экскурсовод обязан быть директором музея, но каждый подлинный директор должен быть при случае экскурсоводом». Слова Котса не устарели. Осталась большая его статья о том, как проводить экскурсию. Во всех книгах по экскурсоведению ничего подобно нет.

Подведение итогов.

Изменилась не профессия «музейщика», изменились методы, подходы и темп жизни.

Главная задача «музейщика» сохранить музейное дело и помнить для чего создавался музей – чтобы собрать, сохранить, изучить и показать.

Проектный/ кураторский подход к организации деятельности музея как способ выявления и формирования музейных лидеров.

Докладчик: Хатюхина Алла Валерьевна, директор Ярославского художественного музея

Автор конспекта: Лангуева О.А.

Человек, который стоит во главе коллектива, либо во главе каких то его групп, должен обладать широким кругом восприятия действительности. Он должен обладать огромными компетенциями, не только личностными, но и компетенциями внутри профессии, которые должны быть поддержаны новыми знаниями.

Выделяют 4 системы управления:

1. Администрирование – управление функциями и иерархическими связями. Сотрудники – единицы в системе соподчиненности единиц.
2. Лидерство. Сотрудники – ключевой актив, создает добавочную стоимость.

3. Эффективное лидерство. Свобода действий для сотрудников. Стимулирование к улучшению работы.
4. Ответственное лидерство. В основе действий этика и нравственность.

Современное управление музеем, конвергентное лидерство - это соединение лучших практик.

Лидерские качества, которые на сегодняшний день очень востребованы музеем:

- высокий уровень компетенций;
- ответственность;
- способность быстро адаптироваться к изменяющимся условиям;
- хорошая профессиональная интуиция;
- умение сомневаться и прислушиваться к мнению других, гибкость мышления;
- чувство юмора;
- открытость.

В музее лидерство должно быть распределенным: необходимо формировать команду музея, чтобы каждый был лидером, способным принимать решения и нести за них ответственность.

Предпосылки внедрения проектного управления.

- нестабильность политического и экономического окружения;
- реализуются не самые приоритетные проекты, кризис идей;
- неэффективное использование ресурсов;
- не соблюдение сроков и бюджеты проектов;
- недостижение целей, невыполнение ключевых показателей;
- неэффективное межведомственное взаимодействие, недостаток мотивации.

Основы проектного подхода:

1. Проектная деятельность направлена на решение конкретных задач в рамках общей деятельности.
2. Совокупность проектов, объединенных общей целью – программа деятельности музея.
3. Возможности проекта:
 - совершенствование существующей системы;

- использование новых методов реализации;
- ограничение во времени;
- бюджетная ориентированность.

4. Проект ориентирован на получение высокого результата.

Оценка результатов – важнейший этап работы над проектом.

1. Трансформация проектов в процессе реализации. Причины.
2. Расширение/сужение задач проекта. Причины.
3. Уточнение целевой аудиторией проекта.
4. Разработка целевых показателей проекта, анализ достигнутых показателей.

Аффилиация: востребованные музейщики.

Докладчик: Диброва Анастасия Владимировна, главный хранитель музея-заповедника «Киж».

Автор конспекта: Апроду Ю.В.

Важно было поднять на конференции тему профессии музейщика и не мимоходом, а действительно эту тему нужно было выделить в отдельную секцию. То, что мы сейчас рассматриваем в диалоге, наверное, и есть ядро музейной работы. Именно музейщик составляет основу музея, он стоит во главе системы. Поскольку у нас конференция-лаборатория, то предлагаем всё-таки задаться вопросами: «Востребованы ли мы? Что нужно для того, чтобы быть востребованными? Какой музей сейчас готов шагнуть в будущее, определённое, а для кого-то неопределённое? Что нужно для того, чтобы стать востребованным?»

Есть три кита: потребности музея, потребности общества и механизмы взаимодействия. Основные потребности, как правило, между музеями особо не разнятся и зависят от нашей миссии. В фокусе музея-заповедника Киж видится в современном мире просветительская деятельность, потому что музей-заповедник накопил богатейшую историю, уникальные методики, опыт. И сейчас он готов транслировать.

Цели: сохранение деревянного зодчества, организация фондовой работы, экологических проектов, конкурсная деятельность, организация работы с населением, организация и реализация работы центра нематериальной культуры народов Карелии.

Надо понимать, что музей-заповедник Киж – это музей, который совмещает в себе и заповедник под открытым небом деревянного зодчества, и детский Музейный центр,

и фонды и т.д. Это позволяет нам быть уже в авангарде, пытаться транслировать методики в зависимости от потребностей общества.

Но какое общество сейчас? Оно является драйвером нашего будущего развития, это, так называемое, Поколение Z. Предыдущие поколения накопили богатейший материал, у современного общества другая миссия, им нужны другие навыки.

В музейном деле мы движемся к единому публичному portalу государственного каталога музейного фонда Российской Федерации. Здесь мы должны ставить перед собой задачи управления этой информацией. Мы должны понимать людей и общество, механизмы взаимодействия на удаленной площадке онлайн. Не всегда надо использовать именно утилитарный переход в другой формат. Мы должны выделить главное и вот это главное преподнести нашему обществу. Переключение на эпидемиологическую ситуацию, особый режим, который у нас был и продолжается в некоторых регионах показал, насколько быстро может музей Кижского озерного музея переключиться. Да действительно мгновенно: мессенджеры, были открыты Зум – конференции, онлайн - экскурсии и новые абсолютно форматы. Как быстро мы сможем отреагировать, такой будет результат. Анализ, вовлечение всех сотрудников в решение управленческих задач. Мы решаем, лучше быть плохо, но организованным самим, чем хорошо, но организованным другими. Ответственность возникает тогда, когда мы сами перед собой ставим задачу. Вот именно на этом построена деятельность музея заповедника Кижского озерного музея. Когда мы сами осознаем всю ответственность, мы сделаем это наилучшим образом. Кто, если не мы, вот команда проекта, способ организации деятельности, энергия. От совместных работ получается совершенно новый проект, уже на уровне Карелии.

Что необходимо для музея будущего? Отделы коучинга, коучтренеры, волонтеры, компетентные специалисты в разных областях (педагогика, психология, менеджмент). Надо привлечь лучших из лучших, чтобы быть востребованными.

Работникам важно иметь психологическую устойчивость, способность выдержать многое. И самое главное, умение восстановиться.

В команде будущего будут люди, обладающие харизмой, без этого не построить диалог с властью.

Сейчас как никогда очень важна обучаемость, повышение квалификации. Музей-заповедник может двигаться совершенно в разных направлениях обучения: научная деятельность, дизайн, юридическая грамотность.

Но в работнике должна быть и человечность, сейчас это редкое качество, и компетенция, и любовь к своему делу - желание возродить и сохранить культурное наследие.

Причины выгорания и пути решения: профилактика выгорания, тайм-менеджмент, управление временем и энергией.

Докладчик: Базарова Екатерина Николаевна, психотерапевт, психоаналитик, преподаватель Петрозаводского государственного университета.

Автор конспекта: Лукина Г.В.

Глубокоуважаемая Наталья Ивановна, глубокоуважаемые слушатели поздравляю вас с этой замечательной датой. Когда мне предложили выступить на конференции. Я с без колебаний согласилась. Так как испытываю необычайную симпатию к музейным работникам. Люблю музеи и библиотеки.

Естественно никогда не возможно в удаленном режиме, когда мы не чувствуем энергию друг друга, полноценно провести подобную встречу, но я все – таки постараюсь.

Тема сегодняшнего дня касается эмоционального выгорания и что с этим делать. Тема не праздная, ею начали заниматься полувек назад. Изначально тема предназначалась для людей помогающих профессий, врачей, педагогов, сейчас в США уже подключились полицейские, вообще, специалистов тех профессий, которые связаны с людьми. Коллеги, обратите внимание, что на работе вы устаете не от профессиональной деятельности, она захватывает, она интересна, но вы устаете от отношений чаще всего. Вы можете пообщаться с одним человеком и почувствовать себя глубоко неудовлетворенным, но вы же воспитанные люди и естественно сдерживаете свои эмоции. Поэтому эта усталость от отношений, от людей.

Что это такое эмоциональное выгорание? Это очень тяжелое состояние, возникает незаметно. Мы интеллектуально не очень устаем, а вот эмоционально очень. Тяжелый интеллектуальный труд не выхолащивает, а эмоциональная усталость очень серьезная проблема. Мы живем в очень жестком мире и чаще всего свои эмоции выразить не можем,

Поэтому понимать что с вами происходит что с этим делать, я кратко дам три основных варианта этого синдрома. Как правила начинается с самого легкого.

1. Астенический синдром.

Мы чувствуем усталость от обычной нагрузки, хочется дистанцироваться. Придя домой огромное желание ничего не слышать, никого не видеть, не слышать громкой музыки, а в выходные мечта поспать. Возникает чувство постоянной усталости. Чем отличается чувство обычной усталости от эмоционального выгорания? Мы отдохнули вечером, в

выходные, съездили в отпуск и чувствуем себя свежими и бодрыми, а здесь человек просыпается, и он уже устал. Часто бывает у перфекционистов, которые бросаются в интересную работу и совсем не рассчитывают свои силы, так как он бывает здоровый и не здоровый, а лидерство лишает тебя свободы. Человек свободолюбивый не всегда хочет брать на себя ответственность. Когда человек понимает, что ему хочется минимизироваться, не хочется встречаться с друзьями, почитать что-нибудь легкое, он чувствует себя утомленным - это первый намек что со мной что-то происходит.

2. Эмоциональное выгорание.

Это еще не такая депрессия, которую надо лечить антидепрессантами. Для него характерен такой сквозной синдром - **андегония**. Это утрата удовольствия от жизни, то, что тебе раньше доставляло удовольствие, сегодня не доставляет. У музейщиков есть уникальная возможность наслаждаться созерцательными ценностями. Например, человек идет по залам и вместо того, что бы погрузиться в картину, наслаждаться медленно, словно видишь в первый раз, а ты проходишь мимо и никакой радости от ее созерцания нет. Исчезает внутренняя мотивация.

Здесь может работать только внешняя мотивация, деньги или дивиденды, которые человек получает на работе. Но и внешняя мотивация очень быстро угасает, через какое – то время сотрудник будет уже недоволен существующей оплатой за эту работу. А внутренняя мотивация, это интерес, без нее не возможно. Хотя серьезной еще депрессии нет, позиция негативна и унывая. Сотрудник не видит перспектив в работе.

3. Психосоматический синдром.

Самый неблагоприятный. **Человек начинает болеть**, обостряются хронические заболевания, он начинает хворать.. Когда сотрудник часто уходит на больничный, на это всегда надо обратить внимание. Работа экскурсовода разговорная очень **энергозатратная**. Устаем от отношений, от количества разных людей. А нас не принято заниматься собой, мы и отдыхать полноценно и правильно не всегда умеем, не умеем в цивилизованной форме отрефлексировать свои эмоции. Здесь опять нужно заглянуть к себе внутрь, что-то не так, что – то надо поменять. Это тот момент, когда мы еще можем самостоятельно справиться или с помощью специалистов. Реагировать надо сразу.

3 способа.

Первый – в стрессовой ситуации нужно выйти, хотя бы на 15 минут, на улицу, в другое помещение, найти визуальный ряд для отвлечения. Это сочетание, каких- то ритмических упражнений, пешая прогулка, йога. Физкультура, спорт снимают напряжение. Включите музыку. Медитация по залам музея.

Сегодня у современных молодых люди концепция успешности, бегут вперед и вперед, а надо бы вглубь, чего происходит не так много. Надо понимать, что без хороших созерцательных ценностей невозможно себя реализовывать.

Сегодня я часто слышу это ужасное слово **многозадачность**, если ты все время только функционируешь, то превращаешься в некий инструмент. Ты можешь быть востребованным и успешным, но где-то ты глубоко разрушен.

У многих молодые сотрудников первое время горят глаза, но через 2-3 года этот взор угасает. А есть люди и 80 с горящими глазами, они рады и работе и общению, им интересно.

Второй - Мы должны научиться ежедневно, сбрасывать негативные эмоции, сбрасывать их. Чаще встречаться с теми людьми, с которыми не нужно лукавить, можно раскрепоститься, быть самим собой.

Для этого ничего нет важнее семьи! Если нет ее, то близкие друзья.

Третий - научиться отдыхать. Очень плохо, когда человек говорит что у него нет времени на отдых. Есть полноценная работа, а есть **трудоголизм**. Что это такое? Это когда человек, что бы забить какие – то тревожные или смыслообразующие, вопросы он все время в деятельности, этот человек не может спокойно сесть с книжкой почитать, сядешь, а тут тебе вопросы о смысле жизни и существовании. Работать то легче, чем не работать.

Андрей Платонов: «Для кого-то работа это призвание, для кого-то тягостная провинность, но для всех она забвение». Вам не грозит эмоциональное выгорание, если есть творческая работа и другая жизнь.