

А

ГИМ ИСТОРИЧЕСКИЙ
МУЗЕЙ

СИБУР ФОРМУЛА
ХОРОШИХ ДЕЛ

Актуальные
направления
деятельности
музеев

VII ежегодная конференция Государственного исторического музея

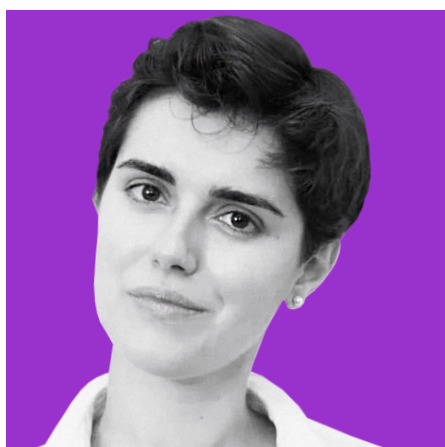
2021

7–8 октября 2021 года Государственный исторический музей провел VII ежегодную конференцию «Актуальные направления деятельности музеев». Благодаря поддержке Генерального спонсора компании СИБУР конференция прошла в онлайн-формате и была посвящена профессиональному нетворкингу и практическим советам от экспертов арт-сферы.

В течение двух дней слушатели смогли бесплатно посетить онлайн-лекции ведущих специалистов в области музейного маркетинга, пиара, инклюзии, работы с партнерами и спонсорами.

На конференции прошли дискуссии и круглые столы, посвященные образовательным программам и инициативам, выставочному дизайну, вопросам интеллектуальной собственности и праву в сфере культуры и искусства.

В число спикеров вошли представители Генерального спонсора конференции компании СИБУР, Благотворительного фонда «Искусство, наука и спорт», Политехнического музея, Государственной Третьяковской галереи, Музея современного искусства «Гараж», Фонда V-A-C, социальной сети «ВКонтакте», Samsung Electronics, Сколковского института науки и технологий (Сколтех), Московской высшей школы социальных и экономических наук (Шанинка), архитектурных бюро «Planet9», «Дальше», «Метаформа» и «Pitch», IZI Travel, Международной ярмарки современного искусства «Cosmoscow», кинотеатра «Художественный», компании по предоставлению юридических услуг «Claims» и др.



Мария Литвинова

КУРАТОР КОНФЕРЕНЦИИ, МАГИСТР ИСКУССТВ И АРТ-МЕНЕДЖМЕНТА (THE UNIVERSITY OF MELBOURNE), БАКАЛАВР МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (МГЛУ / ИНЯЗ им. Мориса Тореза), ПРОДЮСЕР, АРТ-МЕНЕДЖЕР, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИСТОРИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ

КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ. РАЗВИТИЕ АУДИТОРИИ.



1 ЧАСТЬ

ДОКЛАДЫ

7 октября



Ссылка на видеозапись
сессии



Доклад «Google Arts and Culture как инструмент представления музейной коллекции и работы с аудиторией»



Татьяна Рыкова

ТАТЬЯНА РЫКОВА, РУКОВОДИТЕЛЬ
ОТДЕЛА ДЕРЕВА И КОСТИ
ВСЕРОССИЙСКОГО МУЗЕЯ
ДЕКОРАТИВНОГО ИСКУССТВА, МУЗЕОЛОГ

1. Google Arts & Culture – международный проект, который делает доступ к искусству более демократичным:

- ▶ за 10 лет существования – более 2000 музеев, архивов, объектов Всемирного наследия и местных сообществ;
- ▶ оцифровка произведений в высоком разрешении; работа в любой точке мира.

2. Во время пандемии COVID-19 и всеобщего обращения к онлайн технологиям

- ▶ Google Arts & Culture становится важным методическим ресурсом для музеев:
- ▶ систематизация;
- ▶ актуализация;
- ▶ способы взаимодействия людей с культурой.

3. Платформа постоянно меняется, подстраиваясь под различные аудитории, и предлагает зрителям наиболее персонализированный и уникальный продукт:

- ▶ канал на YouTube;
- ▶ специальные приложения;
- ▶ игры.

4. Google Arts & Culture как средство повышения туристической привлекательности. По поисковому запросу Россия:

- ▶ 66 коллекций;
- ▶ 260 историй;
- ▶ 46101 экспонат.

5. Google Arts & Culture – современный подход к представлению искусства:

- ▶ междисциплинарность;
- ▶ внимание к нематериальному наследию;
- ▶ баланс изучения и развлечения;
- ▶ диалог со зрителем.

Доклад «Технические новинки платформы izi.TRAVEL для музеев. Лучшие кейсы 2021 года»



Оксана Турская

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ДИРЕКТОРА
ПО РАЗВИТИЮ ПЛАТФОРМЫ IZI.TRAVEL

1. TMATIC.TRAVEL:

- ▶ Представление контента интерактивно и на карте.
- ▶ Адаптация под смартфон и десктоп.
- ▶ Возможность показывать весь контент, отдельную экскурсию/историю.
- ▶ Один контент – много площадок.

2. Лучшие кейсы 2021 года:

- ▶ Аудиогиды к каждой выставке Центрального выставочного зала «Манеж» в Санкт-Петербурге.
- ▶ Нескучные дороги в музей – автопутешествие «Москва – Тула – Ясная Поляна».
- ▶ Приглашение медийных личностей на запись аудиогидов как дополнительный пиар-инструмент.
- ▶ Вовлечение жителей города – формирование личной истории, связанной с определенным местом.
- ▶ Развитие аудитории – разработка специальных гидов для детей.

Доклад «Музеи в онлайн»



Наталия Стенина

РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА РАЗВИТИЯ
БИЗНЕСА PR NEWS

1. Исследование PR News официальных аккаунтов музеев и других арт-институций в социальных сетях:

- ▶ анализ данных за определенный период – январь-август 2020,
- ▶ 62 организации,
- ▶ 261 страница на 5 площадках: ВК, Instagram, Facebook, Twitter и YouTube,
- ▶ формулы вовлеченности: вовлеченность на пост и вовлеченность поста (на охват), метрики реагирования.

2. Вопросы исследования:

- ▶ Как музеям выстраивать стратегию работы в социальных сетях?
- ▶ Что было успешным во время пандемии и какие форматы музеям и другим арт-институциям стоит сохранить?
- ▶ Стоит ли гнаться за количеством подписчиков и какие метрики оценивать?

3. Выводы:

- ▶ Востребованность YouTube существенно выросла. Треть страниц появились или активизировались после начала пандемии. Средний темп прироста подписчиков – 139%.
- ▶ 50% исследуемых музеев и арт-институций ведут активность на всех выбранных площадках.
- ▶ Качество медиаконтента важнее его количества.
- ▶ Востребованность коротких емких постов в Instagram, лонгридов – в Facebook.

▶ Вовлеченность в видео-контент выросла, просмотры увеличились.

▶ 10% видео – прямые эфиры: виртуальные туры, экскурсии, интервью с экспертами, образовательные мероприятия.

▶ Запрос на персонафицированное взаимодействие с аудиторией: дискуссии, творческие конкурсы, голосования.

▶ ВАЖНО: пересекать показатели между собой, оценивать вовлеченность в разных разрезах для поиска выигрышного формата (вовлеченность по форматам, по темам, по длине текстов).

▶ Не столь важно количество подписчиков, сколько их соответствие ЦА

▶ В тренде персонализированная, «личная» коммуникация, доверительный контакт и tone of voice.

4. Уроки пандемии:

▶ Видео – причем на всех площадках голосования, опросы – как инструмент интерактива.

▶ Уникальные хештеги (#невыходиизкосмоса, #включицарицыно – вовлеченность выше в 1,25 раза) – повышение узнаваемости.

▶ Уход от информационно-анонсирующего контента к вовлекающему, экспертному, образовательному.

Доклад «Коммуникационная стратегия Исторического музея. Развитие аудитории»



Анна Филатова

SMM-МЕНЕДЖЕР, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИСТОРИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ

1. Задачи институции:

- ▶ Реклама.
- ▶ Сбор обратной связи.
- ▶ Привлечение новых посетителей.
- ▶ Новости.

2. Запросы аудитории:

- ▶ Анонсы.
- ▶ Форма обратной связи.
- ▶ Развлечения.
- ▶ Образование.

3. Коммуникация в соцсетях – комьюнити-менеджмент, модерация и создание контента – невозможна без эффективной коммуникации внутри институции на всех уровнях: в отделе, между отделами, со сторонними партнерами.

4. Посетители в интернете – гости музея. У музея есть правила посещения, график работы и т.п. Аккаунт в социальных сетях – гостевая площадка.

5. Стиль общения как основа стратегии работы с аудиторией:

- ▶ Вовлеченность.
- ▶ Юмор.
- ▶ Ожидаемая линия поведения и обратная связь.
- ▶ Стандарты общения.
- ▶ «Контент не спасет, если не соблюден tone of voice».

5. Стратегия «Комфорт»:

- ▶ Безопасные темы – вечные ценности – положительный фидбэк.
- ▶ Лояльная постоянная аудитория.
- ▶ Просмотры постов могут быть низкими.
- ▶ Совместимость с миссией институции.
- ▶ Возможность стать комьюнити.

6. Стратегия «Хайп»:

- ▶ Возможность быть на информационной волне.
- ▶ Быстрый приток/отток интереса.
- ▶ Разнообразный фидбэк.
- ▶ Возможность привлечь новую аудиторию.

7. Стратегия «Добро в ответ на хамство»:

- ▶ Анализ негативного фидбэка. Фильтры: эмоциональный, коллегиальный (профессиональный), иерархический.
- ▶ Выбор плана действий. Формирования ответа:
- ▶ Решение проблемы самостоятельно с привлечением необходимых ресурсов.
- ▶ Корректное отстаивание границ.
- ▶ Молчание – золото.

8. Обратная связь:

- ▶ Отвечать на «глупые вопросы» – не глупо.
- ▶ Институция – люди, стоящие за ней.
- ▶ Благодарить – нормально.
- ▶ Но бояться просить помощи и развивать внутреннюю коммуникацию.
- ▶ Важность реакции на фидбэк.
- ▶ Соблюдать «стандарт» общения, не забывая про человечность.
- ▶ Помнить о целях и ценностях работы.

СОВРЕМЕННОЕ МУЗЕЙНОЕ ПРОСТРАНСТВО И ДИЗАЙН



ДИСКУССИЯ

7 октября



[Ссылка на видеозапись
сессии](#)



Современное музейное пространство и дизайн. Дискуссия



Агния Стерлигова

ОСНОВАТЕЛЬНИЦА
АРХИТЕКТУРНОГО БЮРО
«PLANET9»



Полина Литвиненко

АРХИТЕКТОР, КУРАТОР
АРХИТЕКТУРНЫХ ПРОЕКТОВ,
ОСНОВАТЕЛЬНИЦА
АРХИТЕКТУРНОГО БЮРО
«ДАЛЬШЕ»



Борис Кислицин

ОСНОВАТЕЛЬ И КРЕАТИВНЫЙ
ДИРЕКТОР БЮРО «PITCH»



Александр Кармаев

УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР
АРХИТЕКТУРНОГО БЮРО
«PLANET9»



Виктория Тарасова

ТВОРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР БЮРО
МУЗЕЙНОЙ СЦЕНОГРАФИИ
«МЕТАФОРМА»



МОДЕРАТОР

Мария Литвинова

КУРАТОР КОНФЕРЕНЦИИ,
МАГИСТР ИСКУССТВ И АРТ-
МЕНЕДЖМЕНТА (THE UNIVERSITY
OF MELBOURNE), БАКАЛАВР
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
(МГЛУ / ИНЯЗ им. МОРИСА
ТОРЕЗА), ПРОДЮСЕР, АРТ-
МЕНЕДЖЕР, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИСТОРИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ

В дискуссии были затронуты следующие темы:

- ▶ Современное музейное пространство – инклюзивное, дружелюбное, доступное и высокотехнологичное пространство диалога с посетителями.
- ▶ Холистический подход к построению архитектурной и дизайн-концепции выставочного проекта или целого арт-пространства.
- ▶ Дисциплинарность выставочного дизайна и музейной сценографии.
- ▶ Трансляция нарратива и коммуникация через архитектуру и дизайн проекта.
- ▶ Коммуникация и диалог архитектора, дизайнера, сценографа с куратором. Сотворчество. Преобразования смысла в форму.

- ▶ Современный музей как экономически устойчивая организация способная развивать аудиторию.
- ▶ Бережное отношение к историческому наследию, интеграция исторических элементов в современное пространство.
- ▶ Мультимедийные решения как способ коммуникации с аудиторией. Трансмедийный нарратив, основанный на разных медиа.
- ▶ Будущее образования и карьерного развития выставочных архитекторов, дизайнеров, музейных сценографов.

КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ. РАЗВИТИЕ АУДИТОРИИ



2 ЧАСТЬ.

ДОКЛАДЫ

7 октября



Ссылка на видеозапись
сессии



Доклад «Коммуникационная стратегия и развитие аудитории Международной ярмарки современного искусства Cosmoscow»



Кристина Вронская

PR-ДИРЕКТОР МЕЖДУНАРОДНОЙ
ЯРМАРКИ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА
«COSMOSCOW»

Cosmoscow – больше, чем место торговли искусством:

- ▶ Платформа для объединения профессионалов и формирования лояльного сообщества.
- ▶ Точка роста для галерей и художников.

Аудитория ярмарки:

- ▶ Галеристы
- ▶ Коллекционеры
- ▶ Профессионалы арт-сферы
- ▶ Медийные персоны
- ▶ Партнеры
- ▶ Широкая аудитория

Развитие аудитории с помощью Site-проектов:

- ▶ Онлайн-курс «Как собирать современное искусство».
- ▶ Клуб коллекционеров Cosmoscow.
- ▶ Платформа ТЕО – онлайн-платформа по продаже и продвижению современного искусства.
- ▶ Ярмарка blazar – привлечение более молодой аудитории.

Основные инструменты для работы с аудиторией

- ▶ Специальные события на протяжении года.
- ▶ Newsletters (AMO CRM, SendPulse).
- ▶ Публикации в медиа.
- ▶ Соцсети (Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, TikTok, VK).
- ▶ Участие в знаковых событиях в качестве экспертов (ПМЭФ, Культурный Форум и пр.)

«Когда все идет не так» – непредвиденная смена основной площадки ярмарки:

- ▶ Оценить риски при коммуникации с разными сегментами аудитории.
- ▶ Честно рассказать о проблеме – акцент на эмпатии.
- ▶ Изменить «код» мероприятия.
- ▶ Проявить креативность: на примере коллаборации с «Клипами VK».

Доклад «Роль сторителлинга в развитии аудитории»



Татьяна Немировская

PR-ДИРЕКТОР КИНОТЕАТРА
«ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ»

Сторителлинг как действенный инструмент развития аудитории:

► прием, который использует медиа-потенциал с целью эффективного донесения информации через истории и примеры.

Принципы сторителлинга:

- Когда рассказываешь факты, включается аналитика.
- Когда рассказываешь истории, включаются чувства и фантазия.
- Когда делишься историей, возникает доверие.

Роль сторителлинга и личных историй на примерах пиар-кампаний открытия кинотеатра «Художественный», выставки «Чжан Хуань. В пепле истории» в Государственном Эрмитаже.

Доклад «Коммуникационная стратегия социальной сети ВКонтакте»



Зера Черешнева

ДИРЕКТОР ПО СТРАТЕГИЧЕСКИМ
КОММУНИКАЦИЯМ «ВКОНТАКТЕ»

Стратегия развития аудитории ВКонтакте на примерах проектов:

- ▶ Лента #лучшедома с арт-контентом.
- ▶ Марафон искусства: эксклюзивные премьеры, специальные показы.
- ▶ Музейный гид – приложение, позволяющее познакомиться с «культурными точками» страны и составить собственный маршрут онлайн-посещения арт-пространств.
- ▶ Интернет-встречи с лидерами креативных индустрий.
- ▶ Развитие сообщества «Культура ВКонтакте».
- ▶ Грантовая система поддержки проектов в сфере культуры и искусства.

Доклад «Коммуникационная стратегия и развитие сообщества экспертов платформы Яндекс.Кью»



Софья Горбачева

КУРАТОР РАЗДЕЛА «ИСКУССТВО
И КУЛЬТУРА» ЯНДЕКС.КЬЮ

Акцент на формировании сообщества экспертов.

Экспертное мнение – доверие аудитории.

Свободный доступ к знанию, дружелюбный tone of voice
– ключ к успеху.

Прямые линии с организациями, возможность
задать эксперту вопрос напрямую – отличительная
особенность платформы, позволяющая эффективно
развивать аудиторию.

СПОНСОРЫ И ПАРТНЕРЫ МУЗЕЕВ. ПЕРСПЕКТИВЫ И РАБОТА НАД ОШИБКАМИ.



КРУГЛЫЙ СТОЛ

7 октября



[Ссылка на видеозапись](#)
[сессии](#)

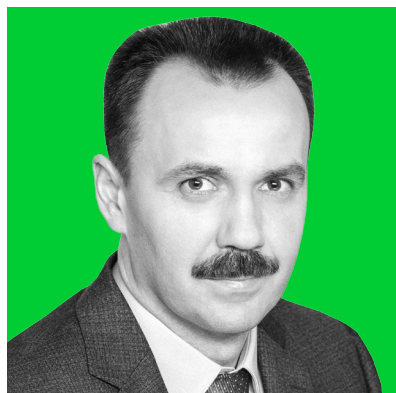


Спонсоры и партнеры музеев. Перспективы и работа над ошибками. Круглый стол



Варвара Мелекесцева

главный эксперт, обеспечение поддержки бизнеса в регионах присутствия, СИБУР.



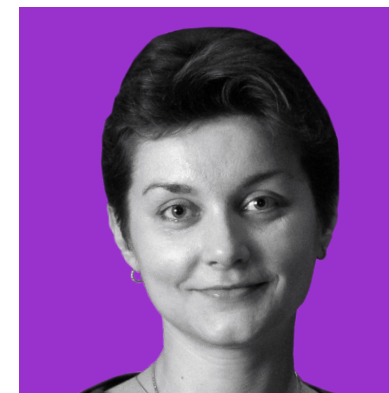
Сергей Певнев

директор по корпоративным проектам штаб-квартиры SAMSUNG ELECTRONICS по странам СНГ.



Николай Троцкий

директор по коммуникациям, БФ «Искусство, наука и спорт».



МОДЕРАТОР

Мария Лемигова

начальник управления общественных связей, рекламы и маркетинга, Государственный исторический музей.

Вопросы и темы, затронутые в дискуссии:

На что важно обращать внимание при питчинге проектов в сфере культуры и искусства:

- ▶ Гибкость.
- ▶ Совмещение форматов.
- ▶ Адаптивность.
- ▶ Соответствие миссии, целей спонсора или партнера ценностям арт-институции.
- ▶ Стремление к долгосрочным устойчивым отношениям с партнером.

Взаимодействие со СМИ: вопрос упоминания поддержки спонсора или партнера в публикациях.

Финансовая поддержка НКО и лидеров регионов.

Оценка эффективности программ поддержки и KPI. Количественные и качественные показатели.

Имидж бренда как социально ответственной организации, открытой к коллаборациям с арт-институциями и инициативами.

Согласованность действий и учет возможностей обеих сторон.



СОТРУДНИКИ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ: ОПЫТ ВКЛЮЧЕНИЯ В ТРУДОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МУЗЕЕВ.

КРУГЛЫЙ СТОЛ

8 октября



[Ссылка на видеозапись
сессии](#)



Сотрудники с инвалидностью: опыт включения в трудовую деятельность музеев. Круглый стол

Круглый стол посвящен актуальности репрезентации людей с инвалидностью в учреждениях культуры и механизмам успешного включения сотрудников с инвалидностью в деятельность музеев. Представители музейных институций с опытом инвалидности и без расскажут об особенностях и форматах взаимодействия.



Евгения Малышко

НЕЗРЯЧИЙ ЭКСКУРСОВОД, АВТОР ИНКЛЮЗИВНЫХ ПРОГРАММ, КОУЧ. СПЕЦИАЛИСТ ОТДЕЛА СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ И ПРОГРАММ ГМКЦ «ИНТЕГРАЦИЯ» ИМ. Н. А. ОСТРОВСКОГО, ВНЕШТАТНЫЙ ЭКСКУРСОВОД ТРЕТЬЯКОВСКОЙ ГАЛЕРЕИ, ЧЛЕН РЕПРЕЗЕНТАТИВНОГО СОВЕТА ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО МУЗЕЯ



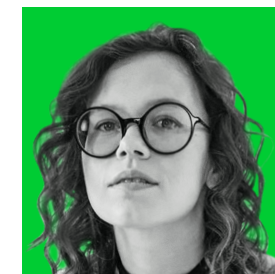
Тамара Шатула

ГЛУХАЯ, КАНДИДАТ ФИЛОСОФСКИХ НАУК, РЕДАКТОР ИЗДАТЕЛЬСКОГО ОТДЕЛА, ФОНД V-A-C, SMM-КОПИРАЙТЕР СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НАПРАВЛЕНИЯ «ГАРАЖ ДЛЯ ГЛУХИХ» В МУЗЕЕ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА «ГАРАЖ»



Полина Чубарь

МАГИСТР КУЛЬТУРОЛОГИИ, РУКОВОДИТЕЛЬ ДЕПАРТАМЕНТА ПО ПОСЕТИТЕЛЬСКОМУ ОПЫТУ, ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ



Мария Сарычева

КУРАТОР, КООРДИНАТОР НАПРАВЛЕНИЯ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДОСТУПНОСТИ И ИНКЛЮЗИВНЫХ ПРОГРАММ, ГОСУДАРСТВЕННАЯ ТРЕТЬЯКОВСКАЯ ГАЛЕРЕЯ



Саша Аникушин

КУРАТОР ПРОГРАММ ДОСТУПНОСТИ И ИНКЛЮЗИИ ОТДЕЛА ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОГО, ФОНД V-A-C, КУЛЬТУРОЛОГ, СОЦИАЛЬНЫЙ РАБОТНИК, ВОЛОНТЕР



Анастасия Овчаренко

ИСТОРИК, АСПИРАНТ ИСТОРИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА МГУ ИМЕНИ М.В. ЛОМОНОСОВА, ЗАВЕДУЮЩИЙ СЕКТОРОМ ФОРМИРОВАНИЯ ДОСТУПНОСТИ И РЕАЛИЗАЦИИ ИНКЛЮЗИВНЫХ ПРОГРАММ, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИСТОРИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ



Люда Лучкова

КООРДИНАТОР ОТДЕЛА ИНКЛЮЗИВНЫХ ПРОГРАММ МУЗЕЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА «ГАРАЖ», УЧАСТНИЦА И ОРГАНИЗАТОР КОНФЕРЕНЦИЙ ПО ВОПРОСАМ ИНКЛЮЗИВНОСТИ, ДОСТУПНОСТИ, РАЗНООБРАЗИЯ И ИЗУЧЕНИЯ ЖЕСТОВЫХ ЯЗЫКОВ, АВТОР СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ, СВЯЗАННЫХ С ГЛУХИМИ И СЛАБОСЛЫШАЩИМИ ЛЮДЬМИ



Анастасия Москвичева

ГЛУХАЯ, ПЕДАГОГ ДЕТСКИХ МАСТЕРСКИХ МУЗЕЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА «ГАРАЖ» И ПРЕПОДАВАТЕЛЬ В КОЛЛЕДЖЕ МАЛОГО БИЗНЕСА № 4, ИЛЛЮСТРАТОР, ДИЗАЙНЕР ПО ПОЛИГРАФИИ, ФОТОГРАФ



Юлия Крыгина

СЛАБОСЛЫШАЩАЯ, КООРДИНАТОР ИНКЛЮЗИВНЫХ ПРОГРАММ, ФИЛИАЛ ИСТОРИЧЕСКОГО МУЗЕЯ В ТУЛЕ



Наталья Кафтанова

АДМИНИСТРАТОР, ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ



МОДЕРАТОР

Влад Колесников

СЛАБОСЛЫШАЩИЙ, КУРАТОР ПРОГРАММ ДОСТУПНОСТИ И ИНКЛЮЗИИ ФОНДА V-A-C, ПРЕПОДАВАТЕЛЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ШКОЛЕ-ИНТЕРНАТЕ ДЛЯ ГЛУХИХ И СЛАБОСЛЫШАЩИХ № 52, СОКУРИРУЕТ КОМАНДУ ГЛУХИХ ПОДРОСТКОВ ПРОЕКТНОЙ ШКОЛЫ «КАСКАД. ПРОЕКТ КАК МЕТОД». С 2015 ПО 2018 ГГ. КУРИРОВАЛ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ГЛУХИХ И СЛАБОСЛЫШАЩИХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ МУЗЕЯ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА «ГАРАЖ», С 2018 ПО 2021 ГГ. РУКОВОДИЛ СЕКТОРОМ ФОРМИРОВАНИЯ ДОСТУПНОСТИ И РЕАЛИЗАЦИИ ИНКЛЮЗИВНЫХ ПРОГРАММ ГОСУДАРСТВЕННОГО ИСТОРИЧЕСКОГО МУЗЕЯ. СУРДОПЕДАГОГ, ДЕФЕКТОЛОГ, ПЕРЕВОДЧИК РУССКОГО ЖЕСТОВОГО ЯЗЫКА

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ И ИНИЦИАТИВЫ.



ДОКЛАДЫ

8 октября



[Ссылка на видеозапись](#)
[сессии](#)



Доклад «Менеджмент креативных индустрий на базе Московской высшей школы социальных и экономических наук (Шанинка)»



Ольга Ремнёва

РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОГРАММЫ «МЕНЕДЖМЕНТ КРЕАТИВНЫХ ПРОЕКТОВ», МОСКОВСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК «ШАНИНКА», КАНДИДАТ КУЛЬТУРОЛОГИИ, ИСКУССТВОВЕД

Программа «Менеджмент креативных проектов» на базе Московской высшей школы социальных и экономических наук (Шанинка):

- ▶ Решение конкретных практических задач от компаний-стейкхолдеров.
- ▶ Связь с арт-сообществом через лекторов и тьютеров.
- ▶ Обеспечение прямого контакта с лидерами-практиками креативных индустрий.
- ▶ Развитие собственных медиа на примере телеграм-канала.
- ▶ Проблема связки «институция – университет».
- ▶ Развитие сообщества студентов.
- ▶ Человечный дружелюбный tone of voice – ключ к эффективной устойчивой внутренней и внешней коммуникации.

Доклад «Образовательные аспекты в волонтерских программах на примере волонтерской программы Исторического музея»



Дарья Семенова

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ЗАВЕДУЮЩЕГО ОТДЕЛОМ
ОРГАНИЗАЦИИ МУЗЕЙНЫХ УСЛУГ, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИСТОРИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ (2016-2021)

1. Тесное сотрудничество с университетами.
2. Разработка форматов обучения:
 - ▶ Погружение: обзорные экскурсии по экспозиции музея.
 - ▶ Тренинги и инструктажи.
 - ▶ Профильное обучение по направлению деятельности и интересам.
 - ▶ Лекции от сотрудников музея и менторство.
3. Мотивация волонтера:
 - ▶ Общение и социализация.
 - ▶ Самореализация.
 - ▶ Обучение.
 - ▶ Причастность к научному и музейному сообществу.

Доклад «Сколтех и общество: формы взаимодействия»



Ильяна Золотарева

СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ БРЕНДА
СКОЛКОВСКОГО ИНСТИТУТА НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ
(СКОЛТЕХ)

1. Медиапроекты и издательская деятельность.
2. Проекты с музеями.
3. Фестиваль актуального научного кино.
4. Art&Science: консультации ученых, совместные эксперименты.
5. Развитие аудитории: открытые лекции, встречи с научными сотрудниками.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ И КОПИРАЙТ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА.



РАЗБОР КЕЙСОВ

8 октября



Ссылка на видеозапись
сессии



Интеллектуальная собственность и копирайт в сфере культуры и искусства. Разбор кейсов

Юристы рассказали об особенностях российского законодательства в области интеллектуального права и копирайта в арт-сфере.



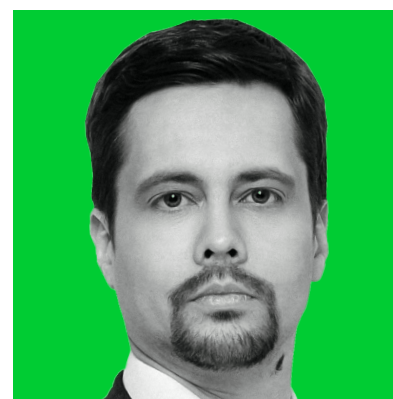
Юлия Осадчая

ЮРИСТ-МЕЖДУНАРОДНИК (МГИМО, LL.M. QUEEN MARY UNIVERSITY OF LONDON), УЧРЕДИТЕЛЬ КОМПАНИИ ARTA (АРТ-КОНСАЛТИНГ И ПРАВО В ОБЛАСТИ ИСКУССТВА), ИСКУССТВОВЕД (ОТДЕЛЕНИЕ ИСТОРИИ И ТЕОРИИ ИСКУССТВА ИСТОРИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА МГУ), ЖУРНАЛИСТ (СТАТЬИ ДЛЯ THE ART NEWSPAPER RUSSIA, TOP FLIGHT), ОСНОВАТЕЛЬНИЦА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЕКТА И АРТ-КЛУБА ARTIKA, ЛЕКТОР И ВЕДУЩАЯ СЕМИНАРОВ ПО ИСКУССТВУ И АРТ-БИЗНЕСУ (МГИМО, БИБЛИОТЕКА ИНОСТРАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, РОССИЙСКИЙ АНТИКВАРНЫЙ САЛОН).



Анастасия Кузнецова

ПАРТНЕР CLAIMS @, РУКОВОДИТЕЛЬ ПРАКТИКИ ART LAW, МАГИСТР АРТ-ПРАВА (UNIVERSITÉ PARIS 2 PANTHÉON-ASSAS), ЧЛЕН THE ART LAW FOUNDATION.



Игорь Невзоров

УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР CLAIMS @, КАНДИДАТ ЮРИДИЧЕСКИХ НАУК, LL.B. (UNIVERSITY OF LONDON), ЧЛЕН МЕЖДУНАРОДНЫХ АССОЦИАЦИЙ AIPPI И INTA.

Обладая опытом работы в крупном музее и галерее современного искусства и многолетним практическим опытом защиты интеллектуальной собственности, Анастасия осуществляет юридическое сопровождение проектов в сфере искусства, консультирует художников, образовательные площадки и галереи по вопросам, связанным с оборотом и защитой предметов искусства.

Игорь является автором научных исследований и цикла передач «Copyrighted Dreams» и «IP-экскурсии», посвященных истории и влиянию культурных явлений и объектов искусства на развитие современного права интеллектуальной собственности.

КОМАНДА КОНФЕРЕНЦИИ 2021

Мария Лемигова

НАЧАЛЬНИК УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ,
РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИСТОРИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ

Мария Пономарева

НАЧАЛЬНИК ОТДЕЛА ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ,
РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИСТОРИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ

Максим Шонин

НАЧАЛЬНИК ЛАБОРАТОРИИ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТОВ
И РАЗВИТИЯ САЙТА, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИСТОРИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ

Анна Филатова

ВЕДУЩИЙ СПЕЦИАЛИСТ ОТДЕЛА ОБЩЕСТВЕННЫХ
СВЯЗЕЙ, РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА, SMM-МЕНЕДЖЕР,
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИСТОРИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ

Дарья Инешина

СПЕЦИАЛИСТ ОТДЕЛА ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ,
РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИСТОРИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ

Алексей Мощенков

ФОТОГРАФ, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИСТОРИЧЕСКИЙ
МУЗЕЙ

Григорий Зайцев

ДИЗАЙНЕР

Мария Литвинова

КУРАТОР КОНФЕРЕНЦИИ, МЕНЕДЖЕР ПО
РАЗВИТИЮ И ПАРТНЕРСТВАМ, ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИСТОРИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ

А

ГИМ ИСТОРИЧЕСКИЙ
МУЗЕЙ

СИБУР ФОРМУЛА
ХОРОШИХ ДЕЛ

Актуальные
направления
деятельности
музеев

**VII ежегодная
конференция
Государственного
исторического музея**

До встречи в октябре 2022 года!