

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

Государственное бюджетное учреждение культуры города Москвы
"Культурный центр "Вдохновение"

Проект "Культурные центры. Будущее"

**Методический материал
на тему: "Курсы занятий о культуре других стран"**

Номер по сроку реализации: 15
Номер по присланному списку: 61
Номер поручения в ЭДО: Д-02-02-2641/17

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

г. Москва, 2018

1. Актуальность проекта в контексте деятельности учреждений культуры и социально-экономической ситуации.....	3
2. Основная цель проекта и формулировка задач в последовательности их реализации.....	4
3. Ресурсы, необходимые для реализации проекта и претворения идеи в деятельность учреждения (материальные ресурсы, кадровое обеспечение, методическое сопровождение, изменения в структуре учреждения и т.п.)	4
4. Механизм реализации проекта: план мероприятий, целевая аудитория, количество участников (по этапам), использование ресурсов.....	5
5. PR-кампания по сопровождению проекта.....	7
6. Материально-техническое и финансовое обеспечение проекта (в т.ч. бюджет).....	7
7. Ответственное лицо, контактные лица для учреждений, использующих методические рекомендации, ссылки на публикации о проекте в сети Интернет.....	7
Приложение №1	8
Соглашение о сотрудничестве.....	8
Приложение №2.....	10

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

Мероприятия, посвященные культуре разных стран, набирают все большую популярность: для посетителей это возможность "побывать" в атмосфере любимой страны, не выезжая за пределы родного города. Крупные площадки имеют возможность проводить большие фестивали, например Italian week festival, Dehli базар, Nordic way: фестиваль Финляндии и Норвегии на дизайн-заводе "Флакон", фестиваль ирландской литературы, фестиваль индийской культуры, Дни Испании в Культурном центре ЗИЛ. Такие события включают в себя лекции, мастер-классы, маркет и выступления зарубежных артистов. Партнером таких событий может стать посольство или представительство страны, но стоит отметить, что площадка должна быть готова к проведению столь масштабного и важного события. Однако другие форматы проведения мероприятий на данную тематику также пользуются большой популярностью у молодежной и семейной аудитории. В культурных центрах мероприятия по культуре других стран могут проводиться в следующих форматах:

- кружок страноведения для детей;
- клуб по интересам, посвященный культуре определенной страны;
- языковой клуб, включающий в себя изучение традиций страны;
- встречи с выдающимися культурными деятелями из разных стран;
- кинопоказы;
- лектории и т.п.

Страноведческий лекторий, в котором в качестве спикеров выступают путешественники, представляется оптимальным по ряду причин.

Лекторий охватывает широкую аудиторию. Лекции могут быть доступны для семей с детьми, подростков, взрослых и пожилых людей. Посещать мероприятия могут как постоянные посетители культурного центра, так и случайные посетители, заинтересованные культурой конкретной страны или планирующие свое путешествие. Лекции не объединены в циклы, участие в проекте не предполагает обязательного посещения всех мероприятий. При этом количество посетителей в данном формате ограничивается исключительно техническими характеристиками помещения.

С точки зрения организации лекторий требует минимальных затрат для учреждения. В реализации проекта принимает участие координатор проекта и PR-специалист, осуществляющий PR-поддержку мероприятия. Дополнительного финансирования не требуется.

Организация страноведческого лектория в культурном центре открывает широкие возможности для всех участников проекта.

Для посетителей:

- возможность получить информацию о самостоятельном туризме в интересующей их стране из первых уст;
- возможность интересно и бесплатно провести вечер недалеко от своего дома.

Для лекторов:

- увлеченная аудитория, возможность создания клуба по интересам среди единомышленников;
- в случае если лектор представляет клуб путешественников / оказывает услуги в качестве гида/переводчика и т.п., – ненавязчивая реклама своих услуг среди целевой аудитории.

Для культурного центра:

- увеличение количества посетителей культурного центра;
- расширение аудитории (молодежь, взрослые, путешественники);
- формирование лояльной аудитории.

Далее будет представлен механизм организации и проведения страноведческих лекций.

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

Цель: организация интеллектуального досуга для семейной и взрослой аудитории в учреждениях культуры в формате страноведческого лектория.

Задачи:

1. Разработка концепции проекта.
2. Поиск партнеров проекта.
3. Подбор лекторов.
4. Разработка плана мероприятий.
5. Проведение PR-кампании.
6. Проведение лекций.
7. Сбор обратной связи и организация повторного спроса.

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

Материальные ресурсы, необходимые для реализации проекта:

- проектор, компьютер, звуковое оборудование;
- стулья по количеству участников;
- для организации кофе-брейка (желательно): кулер с водой, термосы с горячей водой, стаканчики, чай.

Кадровые ресурсы: координатор проекта, PR-специалист.

Лекторы привлекаются на разовые мероприятия безвозмездно.

4. Механизм реализации проекта: план мероприятий, целевая аудитория, количество участников (по этапам), использование ресурсов

1. Разработка концепции проекта

На данном этапе учреждение определяет вектор развития проекта и формулирует цели и аудиторию, на которую направлены мероприятия. Исходя из концепции на последующих этапах выбираются партнёры проекта (при желании) и формулируются требования к лекциям. Разрабатываются фирменный стиль проекта, шаблоны афиш и баннеров. Осуществляются формирование рабочей группы проекта (координатор, PR-специалист) и распределение задач.

2. Поиск партнёров проекта (опционально)

В зависимости от концепции, потенциальными участниками проекта могут быть:

- культурные центры при посольствах;
- туристические агентства;
- клубы путешественников;
- курсы иностранных языков.

Информационными партнерами могут являться:

- сообщества в сети, посвященные самостоятельным путешествиям;
- сообщества в сети, посвященные изучению различных языков;
- клубы путешественников;
- магазины, реализующие товары для туристов и путешественников.

Также по желанию можно проводить чаепитие с ответами на вопросы после лекции и делать зоны кофе-брейка. В этом случае можно привлечь компании, занимающиеся чаем и/или кофе, для предоставления продукции на мероприятия бесплатно.

3. Подбор лекторов

Если на этапе 2 решено сотрудничать с клубами путешественников или туристическими агентствами, то подбор лекторов рационально будет поручить выбранным партнерам. В этом случае спикерами могут выступать их члены клуба / члены клуба друзей агентств / постоянные партнеры.

Сотрудничество с культурными центрами при посольствах предусматривает заключение соглашений, в рамках которых партнер предоставляет лектора из числа сотрудников или резидентов.

Также лекторов можно искать самостоятельно.

Среди множества возможностей для поиска хотелось бы выделить следующие:

1. Поиск в Интернете по видео уже состоявшихся лекций. Обычно хорошие лекторы уже имеют опыт успешных выступлений и записи лекций.

Часто в сети можно наткнуться на видеозаписи со встреч в книжных магазинах, антикафе и различных городских пространствах, организованных опытными путешественниками. Этот способ позволяет оценить потенциал лектора. Зачастую бывает так, что человек посетил большое количество стран, владеет информацией о представляемой стране, написал несколько статей или даже книгу, но не является хорошим рассказчиком, и посетители уходят с мероприятия.

2. В социальных сетях для путешественников (например, Туристер, форум Винского).

3. Сайты, посвященные лайфхакам для путешественников:
<https://tripsecrets.ru/> <https://vandrouki.ru/> <http://www.cheaptrip.ru/>
<https://tripster.ru/>

4. В социальных сетях туристических гидов.

При выборе лектора следует руководствоваться следующими критериями:

- опыт публичных выступлений;
- общий опыт путешествий (количество);
- наличие знаний о культуре страны, владение языком и т.п.;
- написанные статьи/книги на заявленную тему;
- опыт проведения лекций по заявленной теме;
- наличие PR-ресурсов: количество подписчиков в социальных сетях, собственные каналы про путешествия и т.п.;
- наличие собственных фото- и видеоматериалов для демонстрации во время лекции и для афиши.

С лектором заключается соглашение о сотрудничестве на безвозмездной основе. Пример соглашения - в приложении №1.

4. Разработка плана мероприятий

Исходя из соглашений, выработанных с лекторами и партнерами, формируется план мероприятий на сезон. Рекомендуемая периодичность мероприятий - 1-2 раза в месяц. Время проведения - вечера буднего дня или выходной день.

5. Проведение PR-кампании

Более подробно PR-кампания по сопровождению проекта описана в следующем разделе.

6. Проведение мероприятия. Согласно организационному плану.

7. Сбор обратной связи и организация повторного спроса

Сбор обратной связи от посетителей может проводиться посредством устной беседы, офлайн анкетирования после мероприятия или запросом отзывов, отправляемым участникам на электронную почту.

5. PR-кампания по сопровождению проекта

- До 10 числа месяца, предшествующего мероприятию, информация подается в ведомственные информационные базы, на общегородские порталы.
- За 3 недели до лекции создается форма регистрации на таймпед, информация о лекции размещается в разделе «Афиша» на сайте учреждения.
- За 2 недели до лекции она анонсируется в социальных сетях, в тематических СМИ. При наличии партнеров используются помимо прочих и их информационные ресурсы. Лектор также размещает анонс в своих социальных сетях.
- За 2 недели до лекции вывешивается афиша мероприятия на стендах в учреждении.
- За 1 неделю до лекции распространяются афиши на городских площадках (при наличии договоренностей с управой района), в других районных организациях и учреждениях (при наличии договоренностей).
- За 1 неделю до лекции осуществляется e-mail-рассылка по базе потенциальных участников с приглашением.
- За сутки до мероприятия осуществляется рассылка-напоминание участникам о предстоящей лекции.
- Во время лекции на страницы в социальных сетях выкладываются видео, фотографии с мероприятия.
- Ведется мониторинг публикаций по каждой лекции.

6. Материально-техническое и финансовое обеспечение проекта (в т.ч. бюджет)

Проект не требует дополнительного финансирования. Организация и PR-сопровождение осуществляются силами сотрудников учреждения. Лекторы привлекаются на безвозмездных условиях, без выплаты гонорара.

7. Ответственное лицо, контактные лица для учреждений, использующих методические рекомендации, ссылки на публикации о проекте в сети Интернет

Евтихова Любовь Владимировна, lu.evtikhova@gmail.com

Соглашение о сотрудничестве
(примерная форма)

г. Москва

«__» _____ 2018 г.

_____, именуемое в дальнейшем **Сторона 1**, с одной стороны, и _____, именуемое в дальнейшем **Сторона 2**, в лице _____, действующего на основании _____, с другой стороны, а совместно именуемые **Стороны**, заключили настоящее соглашение о сотрудничестве (далее – Соглашение).

1. Стороны руководствуются по существу настоящего Соглашения действующим законодательством Российской Федерации, прямо или косвенно регламентирующим отношения Сторон, учредительными и внутренними документами Сторон, а также интересами каждой из Сторон.

2. Целью взаимного сотрудничества является совместное оказание услуг, направленных на удовлетворение потребностей населения в культурном досуге.

3. Для этой цели Соглашение предусматривает проведение совместного мероприятия «__» _____ 2018 года с ____ до _____, а именно «_____» (далее – «мероприятие»).

4. Форма участия Сторон.

4.1. Сторона 1:

- организация и проведение мероприятия на территории Стороны 2;
- информационное обеспечение мероприятия;
- обеспечение сохранности имущества, мебели и реквизита Стороны 2, недопущение их порчи, а в случае причинения ущерба осуществление восстановительного ремонта за счет собственных средств;

- самостоятельное выстраивание взаимоотношений с авторами произведений, используемых во время проведения мероприятия, лицами, принимающими в нем участие (исполнителями), а также иными владельцами авторских и смежных прав (правообладателями). В случае предъявления Стороне 2 имущественных претензий со стороны авторов, правообладателей и иных третьих лиц в связи с нарушением авторских и смежных прав своими силами и за свой счет урегулирование данных претензий;

4.2. Сторона 2:

- организация возможности проведения мероприятия на территории Стороны 2;

- обеспечение работы технического и административного персонала во время подготовки и проведения мероприятия;

- информационное обеспечение мероприятия;
- организация предоставления мебели, экспозиционного оборудования и реквизита для проведения мероприятия.

5. Стороны рассматривают друг друга в качестве стратегических партнеров, наделяют друг друга статусом "Информационный партнер" и размещают соответствующую информацию на сайтах и информационных ресурсах Стороны 1 и Стороны 2.

6. В целях осуществления сотрудничества Стороны намерены использовать имеющиеся у них возможности, материалы, ресурсы и активы.

7. Стороны установили, что мероприятие не должно содержать политической направленности; религиозной направленности; упоминания алкогольной, наркотической и табачной продукции; также на мероприятии должны соблюдаться нормы законодательства РФ о защите детей от информации, способной причинить вред их здоровью и развитию. В случае возникновения претензий к Стороне 2 со стороны органов, контролирующих исполнение Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" и иных третьих лиц по поводу несоблюдения указанных выше гарантий, Сторона 1 обязуется самостоятельно и за свой счет урегулировать такие претензии.

8. Все финансовые взаимоотношения Сторон, которые могут возникнуть в процессе исполнения настоящего Соглашения, оформляются дополнительными договорами, подписанными уполномоченными на то представителями Сторон.

9. Настоящее Соглашение составлено в двух аутентичных экземплярах, по одному экземпляру для каждой из Сторон.

10. Адреса, реквизиты и подписи Сторон:

Пример программы лектория
ГБУК г. Москвы "КЦ "Ивановский", сезон 2017-2018

Программа
"Страноведческий лекторий"

№ п/п	Дата	Название лекции	Содержание	Кол-во участников по регистрации
1	17.09.2017	Грузия	<ul style="list-style-type: none"> • традиции, устои, менталитет, порядки • чем примечательна грузинская кухня • история Грузии • в какое время лучше всего путешествовать по Грузии и как составить оптимальный маршрут 	150
2	08.10.2017	Ирландия	<ul style="list-style-type: none"> • кто живет в холмах Ирландии и что об этом думают современные ирландские фермеры; • кто такие фелиды, друиды и барды; • как в стране сочетается христианство и язычество и как произошел бескровный захват острова христианством; • кто такой Святой Патрик и ИРА • практические советы и рекомендации желающим самостоятельно организовать поездку в Ирландию. 	279
3	22.10.2017	Реальный Бангкок	<ul style="list-style-type: none"> • Бангкок как один из самых многонациональных городов в мире, где уживаются бок о бок южные китайцы и индусы-сикхи японцы и корейцы, европейцы и вьетнамцы • Разнообразие религий и конфессий в Бангкоке • История Бангкока 	131
	12.11.2017	Мьянма	<ul style="list-style-type: none"> • Культура Мьянмы 	61

4			<ul style="list-style-type: none"> • Как режим военной диктатуры, "законсервировавший" Мьянму в XIX веке, поспособствовал сохранению ее культурного достояния и своеобразия. • Природа • Почему Мьянма до сих пор прочно удерживает одно из лидирующих мест среди «приключенческих» территорий. 	
5	10.12.2017	Монголия	<ul style="list-style-type: none"> • Традиции и обычаи Монголии • "Тайная история монголов" – древнейший литературный памятник Монголии. Старомонгольская письменность. • Музыка Монголии • Ремесла. 	86
6	21.01.2018	От Эльбруса до пика Коммунизма	<ul style="list-style-type: none"> ○ Историко-культурное значение покорения Эльбруса ○ Роль Эльбруса в выстраивании идентичности жителей Кавказа ○ Памирские семитысячники — пики Коммунизма, Ленина и Корженевской ○ Образ Пика в коммунистической идеологии ○ Влияние гор на развитие туристического сектора 	102
7	11.02.2018	Теплая зимовка	<ul style="list-style-type: none"> • Влияние мифа о "вечном лете" на культурные практики жителей теплых стран. • Развития туристического сектора как фактор коммерческого упрощения этнической культуры. • Юго-Восточная Азия, Индонезия, Шри-Ланка, Египет, Восточная Африка, Мадагаскар, Мексика – сходства и различия 	116
8	18.03.2018	Фотография в путешествии	<ul style="list-style-type: none"> ○ Роль фотографии в формировании визуальной туристической "визитки". ○ Фотография как инструмент репрезентации истории культурных объектов 	82

			<ul style="list-style-type: none"> ○ Лайфхаки для фотографов в путешествии – как снимать и как организовать фото-путешествие. 	
9	15.04.2018	Эфиопия	<ul style="list-style-type: none"> ○ Флора и фауна Эфиопии в туристическом секторе ○ Туристическая и нетуристическая Эфиопии – путешествуя по грани. ○ Кофе ○ Разнообразие религий и конфессий в Эфиопии. ○ Иконопись в Эфиопии. 	82