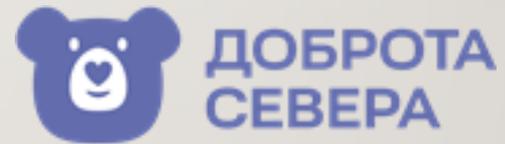


ПРОЕКТЫ И ПРОЕКТНОЕ МЫШЛЕНИЕ НА ПРИМЕРЕ ТОТЕМСКОГО МУЗЕЙНОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ

ФЕДОРИЩЕВА АННА ВИКТОРОВНА, ЗАВЕДУЮЩИЙ МУЗЕЯ
МУНИЦИПАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ Г. ЧЕЛЯБИНСКА



ОНЛАЙН-ИНТЕНСИВ «МУЗЕЙ И СООБЩЕСТВО: ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ И ПРАКТИКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ» 2-3 ФЕВРАЛЯ 2023 ГОДА



ТОТЬМА (8600 ЖИТЕЛЕЙ), 1137 ГОД



ТОТЕМСКОЕ МУЗЕЙНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ

- 7 музеев
- 19 зданий
- 29 человек
- 77 000 единиц хранения
- Более 26 млн. грантовых средств (с 2014 – 2022)
- 8 реализующихся проектов на данный момент

ПРОЕКТ «КОЛЬЦО ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ»

- XX век – время, когда многие исторические здания разрушаются для новой застройки
- Разработан туристический маршрут с 15 информационными стендами на месте утраченных памятников и ландшафтов города



ул. БОЛЬШАЯ САДОВАЯ

НЫНЕ УЛИЦА ВОРОШИЛОВА

Подробную
информацию об улице
можно получить
при помощи QR-кода



Проект осуществлен
при финансовой поддержке
Фонда Елены и
Геннадия Тимченко



ПРОЕКТ «АНТРЕСОЛЬ»

- Творческое пространство для подростков



ПРОЕКТ «ОСКОЛКИ ВРЕМЕНИ»

- Издание книги с фотографиями старинной Тотьмы (начала XX века) со стеклянных негативов
- Средства: краудфандинг – 160 000 рублей
- Planeta.ru
- Президентский грант – 500 000 рублей



КРАУДФАНДИНГ - КОЛЛЕКТИВНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО ЛЮДЕЙ (ДОНОРОВ), КОТОРЫЕ ДОБРОВОЛЬНО ОБЪЕДИНЯЮТ СВОИ ДЕНЬГИ ИЛИ ДРУГИЕ РЕСУРСЫ ВМЕСТЕ, КАК ПРАВИЛО, ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ, ЧТОБЫ ПОДДЕРЖАТЬ УСИЛИЯ ДРУГИХ ЛЮДЕЙ ИЛИ ОРГАНИЗАЦИЙ

The screenshot shows the Planeta.ru website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Пульт Planet.ru', 'Как поддержать проект', and 'Что такое краудфандинг?'. The main header includes the Planeta.ru logo and navigation options like 'Проекты', 'Магазин', and 'Контакты'. A search bar is located on the right side.

The main content area features a large banner for 'КРАУДФАНДИНГ в России' (Crowdfunding in Russia) with the title 'НАРОДНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ' (People's Financing). The banner includes the text: 'Воплощайте в жизнь творческие идеи, социально значимые проекты и развивайте бизнес вместе с тысячами единомышленников!' (Bring creative ideas, socially significant projects, and develop business together with thousands of like-minded people!). A blue button labeled 'ВЫБЕРИ СВОЙ ПРОЕКТ' (Choose your project) is present. Below the button, three statistics are displayed: '1 310 046 ЧЕЛОВЕК УЖЕ С НАМИ' (1,310,046 people already with us), '372 389 ВОЗНАГРАЖДЕНИЙ' (372,389 rewards), and '550 ПРОЕКТОВ' (550 projects). The banner also features an illustration of two people, a man and a woman, discussing a project on a screen.

Below the main banner is a promotional banner for 'Литрес' (Litres) titled 'Месяц литературы на Planeta.ru' (Month of literature on Planeta.ru). It includes the text: 'Поддерживайте категорию «Литература и журналистика» и получайте подарки от «Литрес»' (Support the category 'Literature and Journalism' and receive gifts from 'Litres'). A button labeled 'ДЕТАЛИ АКЦИИ' (Details of the promotion) is also visible.

At the bottom, there is a section titled 'Популярные проекты' (Popular projects) with a 'Посмотреть все' (View all) button and navigation arrows. Below this section, there are three project thumbnails: one with a forest background, one with a child's face, and one with a blue and yellow background featuring the text 'ZiNES' and 'Актив'.

ПРОЕКТ «ТРУБА ЗОВЕТ!»

- Цель – сохранение и репрезентация солепромышленного наследия в городе Тотьма
- Общая сумма – около 9 000 000 рублей



ПОЧЕМУ ТОТЬМА МОЖЕТ?

- Проектное мышление
- Слаженная команда (НКО в том числе)
- Нестандартность (незамыленность) подходов
- Желание жить и творить

Ключевые вопросы при проектном подходе

Вопрос	Искаженное мышление	Проектное мышление
Для чего мы это делаем?	<ul style="list-style-type: none">▶ У нас государственное или муниципальное задание;▶ Нам поставил задачу директор;▶ Нам надо чем-то заняться;▶ Мы построили выставку, нам надо её отработать;▶ К нам никто не ходит.	<p>Мы должны чётко определиться с тем, какой социально значимый посыл несёт наша деятельность, какие проблемы (не музея, а сообщества вокруг) должна она решать.</p> <p>Вспоминаем: нельзя жить в обществе и быть свободным от общества. Музей, существующий в вакууме и в отрыве от потребностей жителей Вашего города или села — как минимум, странный музей.</p>
Для кого мы это делаем?	<ul style="list-style-type: none">▶ Школьники. <p>Они всё равно к нам ходят на все программы, придут и на эту;</p> <ul style="list-style-type: none">▶ Директору взбрело в голову;▶ Для всех, кому будет интересно то, что мы придумали.	<p>Мы должны чётко определить так называемую «якорную» аудиторию, на которую будут ориентированы наши силы в первую очередь. Желательно, чтобы она вовлекалась в проект в ходе его разработки и развития, а не только потребляла конечный продукт проекта. Определите её максимально чётко.</p>

<p>ЧТО НОВОГО в том, что мы делаем?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Такой программы (выставки, фестиваля...) у нас ещё не было; ▶ Эти предметы из фондов мы ещё не показывали. 	<p>Инновационность, свежесть, необычность подхода к теме — важнейшая составляющая проекта, которая обычно высоко оценивается баллами, если речь идёт о грантовой заявке. Проект не может и не должен быть скучным, типовым, похожим на другие. Для оценки инновационности следует потратить время и окинуть взглядом Ваш город, регион, а может, и более широкую территорию: кто-то уже делает так, как хотите сделать Вы?</p> <p>Если да, в чём будет неповторимая особенность Вашего проекта?</p>
<p>КАКОЙ ЭФФЕКТ будет от Вашей деятельности?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ К нам в музей придёт ещё больше посетителей; ▶ Дети узнают о традициях и обрядах нашей местности; ▶ Будут поставлены три стенда; ▶ Мы привьём навыки патриотизма и коллективизма. 	<p>Зачастую мы путаем осязаемые и зримые результаты с социальным эффектом. Важно понимать, что проект всегда направлен на решение какой-то важной в сообществе проблемы, и эффект от реализации должен быть важен не только для Вашего музея, а быть конкретным, чётким, ясным и определяемым (т.е. его каким-то образом можно будет просчитать). Здесь (как, впрочем, и всегда в заявке) неуместны громкие и пыльные слова о «патриотизме», «гражданственности» и т.п. — всё должно быть предельно понятно и — насколько возможно — измеримо. А как измерить патриотизм?</p>
<p>ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ, когда мы закончим деятельность?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Мы демонтируем выставку; ▶ Мы будем и дальше проводить экскурсионную программу; ▶ Мы соберем всех, раздадим дипломы и напоим чаем. 	<p>Обычно проектные истории — это истории с ярко выраженным и возможным продолжением. Следует чётко продумать, как сделать так, чтобы пар Вашего проекта не ушёл в свисток, чтобы люди о нём спустя какое-то время не забыли, продолжали помнить, знать и по возможности помогать Вашему музею — как в русле данного</p>

ВЫСТАВКИ



ИНТЕРАКТИВНЫЕ ИГРЫ, КВЕСТЫ, ФЕСТИВАЛИ И Т.Д.



ЕСЛИ ТОТЪМА МОЖЕТ – МЫ ТОЖЕ МОЖЕМ?

