

Редакция от 13 июля 2021

Как запустить интерактивный проект в учреждении культуры



Анастасия Давыдова, главный редактор Системы Культура

В Системе Культура появился спецпроект по запуску интерактива в офлайн- и онлайн-форматах. В нем – проверенные кейсы ваших коллег, которые привлекли внимание посетителей. Запустите новый проект, чтобы к осени увеличить посещаемость на 40 процентов.

Интерактивный проект может быть платным и бесплатным. Примите решения исходя из ресурсов учреждения и целей проекта: увеличить выручку или привлечь посетителей. Затем выберите формат и назначьте ответственного. В рекомендации найдете презентации успешных проектов и примеры для их анонсов. В разделе «Телеграм-канал» вас ждут практические советы от автора бестселлера «Пиши, сокращай» Максима Ильяхова.

Форматы интерактива в офлайне

Перед выбором формата определитесь с площадкой. Это может быть фойе, актовый зал, прилегающая территория или учебные классы. Чтобы убедиться, что в вашем регионе нет ограничений на проведение офлайн-мероприятий, зайдите на [сайт](#) Роспотребнадзора или воспользуйтесь [справочником](#) Системы Культура.

Театрализованный концерт

Такой вид интерактива подойдет для КДУ, ДШИ, музеев и библиотек. В нем сочетаются концертная программа и театрализованное действие.

Как реализовать. Чтобы подготовить театрализованное представление, выберите тему, например любовь, космос, животные, или событие – международный праздник, юбилей учреждения, подведение итогов года. Определившись с главным направлением шоу, удастся внести в него театральные условности: единое оформление декораций, сценария и программ. Затем надо составить программу концерта. Для КДУ это могут быть выступления художественных коллективов, а для ДШИ – отчетные показы учеников.

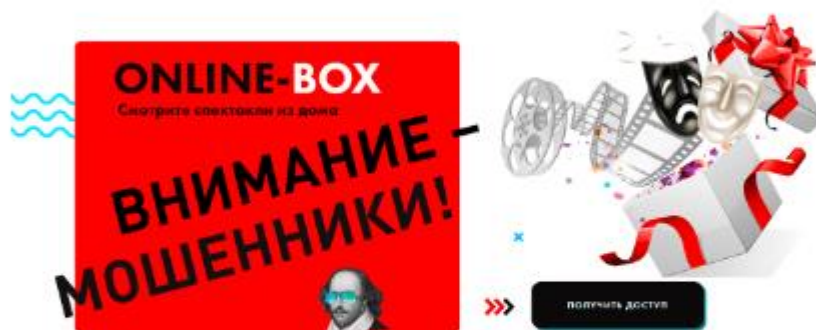
В процессе подготовки начните рекламировать проект в интернете и повесьте афишу. Подробнее о том, как продвигать мероприятия в соцсетях, читайте [здесь](#). За две недели до представления разошлите анонс с приглашением постоянным посетителям и руководителям других учреждений.

Примеры рассылок



ТЕАТР ИМЕНИ ПУШКИНА

Здравствуйтесь, Екатерина Уткаева!



К сожалению, в это непростое время московские театры столкнулись с новым видом мошенничества.

! Если вам от лица театра имени Пушкина предлагают купить онлайн-показы наших мероприятий – вас пытаются обмануть!

Все наши трансляции проходят бесплатно

ТРАНСЛЯЦИЯ YOUTUBE

ТРАНСЛЯЦИЯ FACEBOOK

Театр не организует трансляции спектаклей текущего репертуара и не продаёт билеты на «закрытые» премьеры! Компании, предлагающие вам подобные услуги, к нашему театру отношения не имеют.

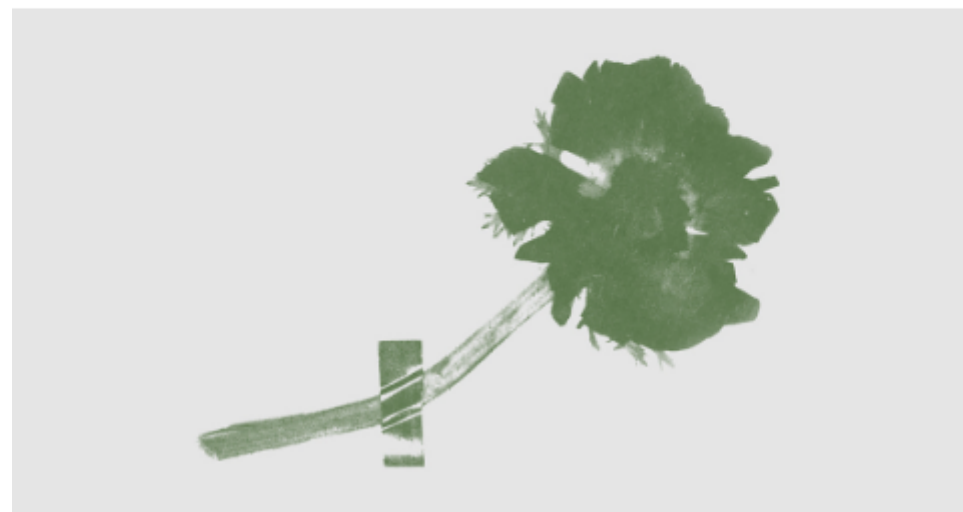
РАСПИСАНИЕ ЗАВЕРШАЮЩИХ ТРАНСЛЯЦИЙ СЕЗОНА



МОСКИНО

[Кинотеатры](#) | [Мероприятия](#) | [Онлайн](#) | [В прокате](#)

Весна в Москино



– 30 апреля, Москино Спутник

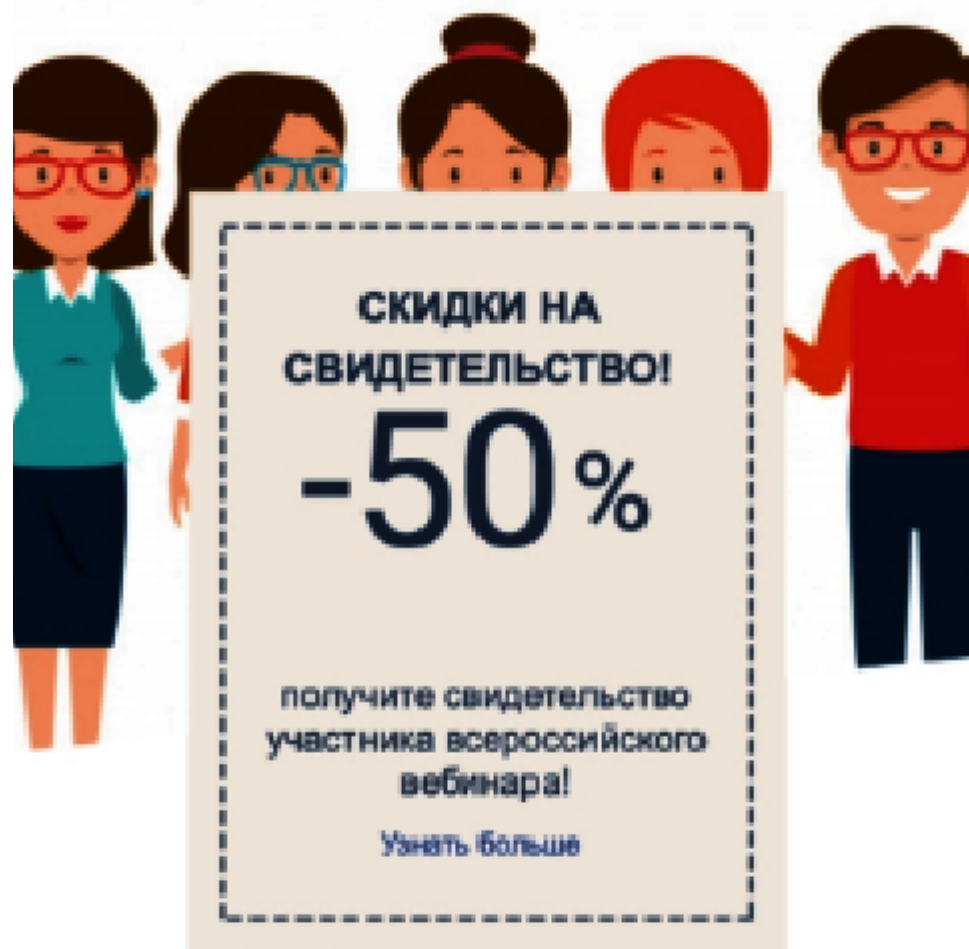
Приглашаем на неделю показов студенческого кино. Ученики ВГИКа, выпускники курсов сценаристов и режиссеров, Института кино и телевидения, Московской школы кино, Московской школы нового кино представят зрителям свои первые работы. В программе будут представлены игровые и документальные фильмы.

Перед каждым показом выступят приглашенные спикеры. После просмотра состоится обсуждение с авторами фильмов.

регистрация

[Увеличить](#)

[Увеличить](#)



Наши вебинары:

[Увеличить](#)

Листайте рабочий кейс по театрализованному концерту

Актерский тренинг

Подойдет любому типу учреждения культуры. Проводить тренинги можно для взрослых и детей.

Как реализовать. Программу занятия разрабатывает ведущий, так как в ней он применяет авторскую технику преподавания и практические наработки. Тренинг по актерскому мастерству должен состоять из теоретической и практической частей. Проследите, чтобы из 100 процентов времени от занятия – 80 процентов было посвящено упражнениям. Практическую часть также можно разделить на три составляющих: речь, сценическое движение и актерская игра. Сложность и количество заданий будут зависеть от возраста участников. Заранее определите, на какую аудиторию рассчитываете. Если ориентируетесь на взрослых и детей, поручите ведущему составить две программы.

В анонсе мероприятия пропишите, чему участники научатся после прохождения тренинга. Не обещайте полного освоения актерской профессии. Обозначьте 3–5 конкретных базовых навыков, например, выходить на сцену без зажимов, разрабатывать речь перед выступлением и работать в команде. Чтобы живая реклама начала действовать сразу после обучения первой группы, предусмотрите сертификаты о прохождении тренинга.

Листайте рабочий кейс по актерскому тренингу

Иммерсивный спектакль

Такой проект можно запустить в театре, музее, библиотеке и КДУ. Иммерсивный спектакль отличается от обычного тем, что в нем нет четвертой стены. Тогда между актерами и зрителями возможен живой диалог.

Как реализовать. Здесь не обойтись одним специалистом. Даже если это моноспектакль и функции режиссера и актера выполняет один человек. Руководителю театра достаточно обратиться к труппе и дать задание режиссеру поставить такой спектакль. У творческих людей всегда найдутся идеи и энтузиазм для нового проекта. Если при музее, библиотеке и КДУ есть театральные студии, то с предложением надо идти к ним. Чтобы не получить отказ, акцентируйте внимание на преимуществах для коллектива, например бесплатная площадка и рост

узнаваемости. Если такой студии нет, предложите сотрудничество коллегам, которые располагают актерами и режиссерами-постановщиками.

При подготовке спектакля предусмотрите возрастную категорию, оформите афиши и разошлите анонс. Взаимодействие со зрителем по сценарию может начинаться уже в фойе – убедитесь, что там достаточно места. Например, в период ковидных ограничений надо соблюдать социальную дистанцию.

Проверьте, чтобы перед началом один из действующих героев обозначил все правила поведения в зале. Например, не вставать с места и не начинать говорить, если к тебе не обратились. Это поможет не испортить впечатления зрителей от спектакля.

Пример

Интерактивное взаимодействие со зрителями в театре-студии «Вокруг»

Перед началом спектакля «Из жизни насекомых» один из героев располагается в зале вместе со зрителями. В течение первого акта он незаметно включает песню Владимира Высоцкого на телефоне и делает вид, что разговаривает с абонентом. Рядом сидящие зрители начинают делать актеру замечание, не подозревая, что во втором акте он выйдет на сцену и продолжит вести действие. Такой режиссерский ход всегда вызывает бурную реакцию и надолго запоминается посетителям.

Листайте два рабочих кейса по иммерсивному спектаклю

Аудиогид

Такой вид интерактива подойдет любому типу учреждения культуры. С помощью аудиогuida можно провести экскурсию, превратить район в декорации спектакля или рассказать туристам об истории города.

Как реализовать. Создать аудиогид можно, например, на базе бесплатной платформы [izi.TRAVEL](https://izi.travel/). После регистрации сайт предложит выбрать: создать маршрут внутри здания или по городу. После этого надо определиться с темой. Например, в музее это может быть – постоянная экспозиция, тематическая прогулка по одному или нескольким залам или персоналии и события. Затем надо проложить маршрут. Аудиогид будет состоять из следующих частей:

- вступление, в котором будет дано краткое описание тура;
- остановки около предметов/витрин;

- переходы от одной остановки к другой;

В заключение поблагодарите за участие в туре, предложите другие услуги и еще раз обозначьте темы, которые были затронуты в ходе аудиогида.

Поручите озвучить текст маршрута штатным работникам или закажите услугу профессиональным дикторам. Платформа также помогает учреждениям культуры, в частности, обеспечивает озвучивание туров, разрабатывает и предоставляет информационные материалы. После подготовки все фото- и аудиофайлы можно загрузить через CMS. Маршруты дополните текстовой информацией с фотографиями. Подробнее о том, как создать аудиогид, читайте в [рекомендации](#).

Посмотрите идеи, как использовать аудиогид в разных типах учреждений культуры

Форматы интерактива в онлайн

Для онлайн-интерактива надо выбрать электронную платформу: социальные сети, официальный сайт учреждения или программы для видеоконференций. Чтобы привлечь больше зрителей, активируйте сразу несколько каналов для продвижения. Подробнее о том, как это сделать, читайте в [рекомендации](#).

Онлайн-мастер-класс

Такой вид интерактива подойдет любому типу учреждения культуры.

Как реализовать. Для начала надо выбрать тему. Выигрышной станет та, на которой специализируется ведущий. Например, в ДШИ преподаватель может рассказать о живописи и показать способы нанесения краски на разные материалы. Как подготовиться к прямому эфиру, читайте [здесь](#).

После выбора темы и составления плана занятия определитесь с онлайн-площадкой. Это может быть любая социальная сеть или официальный сайт учреждения, Zoom или Skype. Убедитесь, что программа мастер-класса полезная и познавательная. Для этого перед прямой трансляцией прослушайте урок и попробуйте повторить за ведущим.

Заранее анонсируйте мастер-класс и укажите адрес ссылки или код доступа, по которому будет проходить трансляция. Чтобы проверить готовность к прямому эфиру, воспользуйтесь интерактивным [чек-листом](#).

Листайте рабочий кейс по мастер-классу

Онлайн-марафон

Можно запустить в любом учреждении культуры.

Как реализовать. Тема такого проекта может стать любой. Необязательно фокусироваться только на деятельности учреждения. Сейчас популярны марафоны по здоровому питанию, тайм-менеджменту и контролю над бюджетом. Чтобы избежать спорных ситуаций, заранее пропишите условия участия и опубликуйте их на официальном сайте. Предусмотрите призовой фонд. Для этого можно заручиться поддержкой бизнес-партнеров. Предложите им бартер: от них товары или услуги, от вас – бесплатная реклама.

Скачайте [алгоритм](#) для запуска онлайн-марафона

Запуск онлайн-марафона за 10 шагов

- 1** **Выберите онлайн-площадку.** Учтите актуальные цели учреждения: раскрутить группу в соцсети, привлечь внимание к информации в основной группе, расширить аудиторию.
- 2** **Определите тематику.** Например — праздник, выставка, художественная литература или здоровый образ жизни.
- 3** **Подготовьте варианты заданий и составьте контент-план.** Определите, в течение какого времени будет проходить марафон, распишите варианты заданий по дням и внесите в контент-план.
- 4** **Разработайте правила и условия участия.** Сформируйте призовой фонд. Определите путь сбора результатов и критерии для победителя.
- 5** **Распределите обязанности.** Создание качественного контента к марафону требует достаточно много времени, учитывайте это и начинайте подготовку заранее.
- 6** **Разработайте дизайн.** Используйте единый дизайн для публикаций, заставки для соцсетей, сайта. Выберите уникальный хештег мероприятия.
- 7** **Опубликуйте анонс мероприятия** Заранее анонсируйте марафон, минимум — за одну-две недели.
- 8** **Разместите задания.** Не забудьте кратко указывать условия участия в каждой публикации.
- 9** **Регулярно взаимодействуйте с аудиторией.** Во время марафона отвечайте на комментарии, давайте обратную

[Алгоритм для запуска онлайн-марафона](#)

Листайте рабочий кейс по онлайн-марафону

Скачайте примеры чек-листов для прохождения онлайн-марафона



60 ВАЖНЫХ КНИГ

365done.ru @365done.ru

Бизнес

- Эссенциализм
- Сырок
- Создание предприятия, которое работало бы
- Scrum
- Стратегия голубого океана
- Сначала скажите «нет»
- Договориться можно обо всем
- Бизнес с нуля
- Психология влияния
- Начните с «почему»

Взаимоотношения

- Руководство астронавта по жизни на земле
- Важные годы
- Почему мы такие?
- Похвалите меня
- Люди, которые играют в игры
- Ложь: Почему говорить правду всегда лучше

Книги, чтобы прислушаться к себе

- Аутентичность
- Дары несовершенства
- Сказать жизни – «Да»
- Компас эмоций
- Эмоциональный интеллект
- План Б
- Радость изнутри
- Заставь его замолчать
- Книга радости
- Книга добра

Медитация

- Куда бы ты ни шел, ты уже там
- Медитация и осознанность
- Поймать большую рыбу
- Осознанность
- Медитация для занятых людей
- Будда, мозг и нейрофизиология счастья

Продуктивность

- Режим гения
- Алгоритмы для жизни
- Думай как математик
- Преимущество счастья
- Мой продуктивный год
- 52 понедельника
- Победы прокрастинацию
- Сила воли
- Джедайские техники
- На пределе

Моё тело: еда, мозг, спорт

- Соль, сахар и жир
- Интуитивное питание
- Теперь я ем всё, что хочу
- Китайское исследование
- Перегруженный мозг
- Восходящая спираль
- Очаровательный



Money challenge

ОБЩИЕ

- Ведите учет финансов, чтобы понять свои основные траты
- Проанализируйте свои расходы и поймите, что для вас важно, а от чего легко отказаться
- Рассчитайте, сколько тратите на отпуска и начните копить заранее
- Продайте одежду и технику, которыми не пользуетесь

LIFESTYLE

- Посчитайте, сколько уходит денег на кофе и еду в кафе
- Составьте список своих самых необходимых трат, без которых никак

ПОКУПКИ

- Фотографируйте дисконтные карты в отдельное приложение
- Спланируйте крупные покупки заранее
- Составьте список своих импульсивных трат за прошедшие 3 месяца
- Отпишитесь от рассылок

- Спланируйте бюджет на подарки. Так вы не выйдете за рамки и сможете отложить деньги заранее
- Приучите себя откладывать деньги с каждой з/п
- Посчитайте, сколько денег вам нужно для комфортной жизни, учитывая планы на путешествия, образование и крупные покупки

- Подпишитесь на группу или канал с недорогими авиабилетами
- Проверьте все платные подписки, которые автоматически списывают деньги

БАНК

- Узнайте в банке про программу кэшбэка
- Узнайте в банке про скидки и привилегии для клиентов
- Откройте вклад
- Следите за кредитами и не пропускайте сроки выплат
- Оформите кредитную карту

СПИСОК ФИНАНСОВ

Наблюдай привычки. Старайтесь вас толкать трату денег для вас це обучение- без кофе.

• Просрочил по кредиту

• Пить кофе

• Делать им

• Ездить на ственного

• Игнориров

• Не планир в отпуске

• Оставаться зарплатам

• Не иметь «безопасно увольнении»

• Не следит списаниям

• Часто есть

• Покупать н есть стары

[Скачать](#)

[Скачать](#)

АККУРАТНЫЙ ГАРДЕРОБ

- Разбор гардероба**
Разделите одежду на ту, что носите и ту, что не надевали больше года
- Продайте лишнее**
Сфотографируйте вещи для продажи
- Отдайте остальное**
Всё, что не продалось, сдайте в переработку в магазинах UNIQLO
- Удалите катышки**
Одежда снова будет выглядеть аккуратно
- Хранение**
Купите чехлы для одежды не по сезону или вечерних нарядов
- Смена сезона**
Аккуратно уберите одежду не по сезону
- Ремонт одежды**
Почините любимые вещи
- Сходите к портному**
Посадите вещи по своей фигуре у портного
- Составьте комплекты**
Сфотографируйтесь
- Стоп-лист**
Запишите сюда вещи, которые вам точно не нужны, чтобы избежать импульсивных покупок
- Многослойность**
Продумайте образы на любую погоду с помощью тонких пуховиков или термобелья
- Химчистка**
Освежите верхнюю одежду перед новым сезоном
- Средства ухода**
Обновите средства по уходу за обувью: щетки, крема, колодки
- Ремонт обуви**
Сдайте в ремонт обувь с дефектами
- Регулярный уход**
Еженедельно удаляйте шерсть и катышки с одежды, чистите и обрабатывайте обувь
- Погодные условия**
Купите красивые зонт, дождевик, чехол на сумку или рюкзак, резиновые сапоги
- Правильный уход**
Соблюдайте инструкции по стирке и глажке
- Придумайте логику**
Создайте логичные группы вещей
- Ящик с бельем**
Выкиньте белье, носки и колготки с дефектами
- Специальные полки**
Купите навесные полки или коробки для удобного доступа к аксессуарам
- Футболки**
Научитесь складывать футболки, как в магазинах, чтобы они не мялись
- Навигация**
Подпишите все коробки для хранения, чтобы быстро найти то, что нужно
- Уборка**
Ежедневно тратьте 10 минут, чтобы положить все вещи на свои места
- Изучайте этикетки**
Выбирайте натуральные ткани для свитеров и футболок, они приятнее и дольше прослужат
- Фурнитура**
Срезайте пуговицы и храните в специальном месте с иглой и нитками нужных цветов
- Коробка с чеками**
Храните чеки и бирки в отдельном месте, если захотите сдать или продать одежду
- Саше с ароматом**
Положите в шкаф саше с любимым ароматом

ЧЕЛЛЕНДЖ ПРОДУКТИВНОСТИ

- 1. Выключите уведомления.**
- 2. Ставьте три важные задачи на день.**
- 3. Оффлайн режим за час до сна.**
- 4. Выработайте рабочий график и соблюдайте его.**
- 5. Старайтесь меньше пользоваться телефоном в течение дня.**
- 6. Ставьте таймер на время в соц.сетях и другую прокрастинацию.**
- 7. Отпишитесь от рассылок, которые не читаете.**
- 8. Наведите порядок на рабочем месте.**
- 9. Проверяйте почту по расписанию. Ставьте будильник сначала на каждый час, потом на 3 раза в день.**
- 12. Найдите приоритетности в течение дня и никогда не смотрите на это время во время совещания.**
- 13. Запишите цели на квартал и проработайте их ежедневно.**
- 14. В конце дня хотя бы три положительных события.**
- 15. Выпишите список приоритетов (2-3) и сделайте все задачи из этого фильтра.**
- 16. Найдите свое место. Ложитесь, вставайте в одно и то же время.**
- 17. Ставьте дедлайны на задачи. Час на презентацию каждую неделю минут на чтение.**
- 18. Заведите таблицу «сколько потрачено времени, что получено».**
- 19. При внештатных ситуациях ищите решения, а не виноватых.**

[Скачать](#)

[Скачать](#)

Telegram-канал

Подойдет для любого типа учреждения культуры.

Как реализовать. Сначала продумайте, какой контент будете публиковать. Например, театр может писать смешные заметки из закулисной жизни, а музей – рассказывать о том, как экспонаты попадают в учреждение. Сразу определите частоту выхода постов, оптимально – не реже одного раза в месяц. Проверьте, чтобы тексты легко читались и были проиллюстрированы.

Мнение

Как научиться писать тексты, которые дочитают до конца



Максим Ильяхов

лингвист, разработчик сервиса «Главред», автор учебника для редакторов Группы Актион

Автор бестселлера «Пиши, сокращай» Максим Ильяхов дал 10 советов по работе с текстом. Воспользуйтесь ими, чтобы успешно вести телеграм-канал, писать рассылки и публиковать материалы в соцсетях учреждения.

10 советов Максима Ильяхова для работы с текстом

1

Ориентируйтесь на интересы читателя

«Каждый раз, когда вы садитесь за текст, подумайте, как он улучшит жизнь читателю. Какую проблему вы сможете ему решить?» – советуют авторы книги. В приоритете у вас должны быть именно интересы вашего читателя – даже если текст рекламный. Например, если мы пишем о пылесосах, то должны описать в первую очередь то, что пригодится людям для того, чтобы принять решение о покупке – удобно ли его носить, как чистить, каковы его характеристики. А не «напаривать», преследуя собственные интересы, самые популярные модели, или запутывать читателя пышными, но малоинформативными формулировками.

2

Избавьтесь от всего лишнего

Для того, чтобы текст легко читался, нужно «отжать из него воду» – то есть выбросить все мусорные слова, лишние обороты, пафосные и не несущие никакого содержания фразы, штампы и канцелярит. Всё, что можно убрать без потери общего смысла – нужно убрать, сложные и многословные конструкции – сократить.

3

Не давайте оценок

«Всегда давайте людям что-то, что бы они оценивали сами. Факты, истории, примеры – сгодится всё» – советуют Максим Ильяхов и Людмила Сарычева. Ваш текст должен быть содержательным, а не оценочным. Чем больше полезной информации узнает из него читатель, тем проще ему будет сделать собственные выводы. Плохой пример – «Актуальная тема», хороший – «Тема, о которой писали «Нью-Йорк Таймс», «Форбс» и «Экономист».

4

Не нужно зауми

«Чем проще слова, тем легче читателю воспринимать текст». Старайтесь избегать специализированных терминов, сложных для восприятия и понимания слов. Они не сделают ваш текст более умным или экспертным, а оттолкнут читателя. Так, вместо «кадровый ресурс департамента продемонстрировал позитивную тенденцию в области продуктивности» можно просто написать «сотрудники отдела стали лучше работать». Использовать спецтермины можно лишь тогда, когда без них не обойтись, а ваша аудитория наверняка их понимает. Сложные слова лучше кратко пояснять.

5

Называйте вещи своими именами

У любого автора нередко возникает желание сгладить углы – рассказать о неприятной ситуации, попытавшись представить ее в более выгодном свете. Не нужно этого делать, считают авторы книги, – это всё равно что обмануть читателя. Поэтому вместо тактичного «не соответствует заявленным ожиданиям» нужно писать как есть – «провальный, плохой». «Говорите прямо, говорите правду» – советуют Ильяхов и Сарычева.

[Советы по работе с текстом](#)

Для учреждения культуры подойдет публичный вид канала. Доступ к нему появится у всех желающих. Просматривать записи смогут даже те пользователи, которые еще не стали подписчиками. Публичный канал будет доступен в поиске и иметь собственный короткий адрес.

Прирост подписчиков, конверсия и другие показатели зависят не только от контента и методов продвижения. Внешний вид тоже имеет значение. Пользователь первоочередно видит картинку канала. Заранее придумайте заставку. Она должна отражать тип учреждения и тематику контента.

Скачайте [памятку](#) для создания телеграм-канала

Как запустить телеграм-канал

Перед созданием учтите следующие правила:

- 1 длина логина — 5-32 символа;
- 2 длина названия и bio (описания) — 255 символов;
- 3 предельное количество публичных каналов на один аккаунт — 10;
- 4 количество подписчиков — без ограничений;
- 5 количество подписчиков, видимое владельцу — 200;
- 6 можно привлечь администраторов — до 50;
- 7 можно подключить ботов — до 20;
- 8 право на редактирование контента — до 2-х суток с момента публикации;
- 9 удаление канала с количеством подписчиков от 1 тыс. — только через техподдержку мессенджера.

Создать канал в Телеграмме можно через десктопное приложение, программы для Android и iOS.

- 1 **Десктоп.** Нажать в левом углу вверху экрана на три черточки, и в открывшемся меню выбрать «Создать канал»;
- 2 **Android.** Открыть список чатов, нажать на три черточки и выбрать «Новый канал»;

[Скачать](#)

Листайте рабочий кейс по телеграм-каналу

Виртуальный тур

Такой формат подойдет всем. Главное условие – иметь официальный сайт учреждения культуры.

Как реализовать. Для начала продумайте концепцию тура, например виртуальная прогулка по территории учреждения. Чтобы запустить интерактивную технологию на сайт, выберите один из трех способов:

- обратиться в студию, которая оказывает услуги съемки панорам. Такая организация сделает обработку и предоставит готовый код, который можно будет разместить на сайте;
- склеить панораму самостоятельно из нескольких фотографий. Для этого понадобится фотоаппарат, штатив и компьютер с выходом в интернет;
- купить камеру 360 градусов. Она будет фотографировать панораму и сразу загружать в облако. После этого снимки можно опубликовать на сайте.

О том, как найти средства на реализацию проекта, читайте [здесь](#).

Учтите, такой формат может вызвать опасение у сотрудников. Есть мнение, что, ознакомившись с экспозицией в сети, гости не придут в учреждение. Однако практика показывает, что виртуальная экскурсия, виртуальный тур и трехмерные панорамы становятся рекламой для учреждения культуры и вызывают желание посетить его. На бумажных листовках используйте QR-коды, чтобы посетитель смог сканировать их и перейти на сайт с экскурсией. Примеры смотрите ниже.

На портале «Культура.РФ» виртуальные туры и трехмерные панорамы музеев, художественных галерей и архитектурных ансамблей лидируют среди представленного музейного контента.

Смотрите скринкаст виртуального [тура](#) по дому-музею А.П. Чехова в Ялте

Примеры QR-кодов для запуска виртуального тура на смартфоне

<p>ГБУК РК «Крымский литературно-художественный мемориальный музей-заповедник»</p>	
<p>Государственное бюджетное учреждение Республики Крым «Крымский этнографический музей»</p>	
<p>Государственное автономное учреждение культуры Республики Крым «Алупкинский музей-заповедник»</p>	
<p>Государственного бюджетного учреждения Республики Крым «Историко-культурный, мемориальный музей-заповедник «Князь-архиепископ М. А. Валаамский»</p>	

[Скачать](#)

Видеоэкскурсия

Такой вид интерактива пойдет музеям, библиотекам и паркам.

Как реализовать. Определите формат. Виртуальные экскурсии бывают в виде лайфстрима или вебинара. Во время лайфстрима ведущий с камерой в руках следует по маршруту и параллельно рассказывает о том, что видит на пути. Вебинар или видеоэкскурсия – это заранее смонтированное видео и другие материалы.

Найдите место для съемки. Например, если на прилегающей территории учреждения находятся памятники или знаковые для местных жителей постройки, расскажите исторические факты о них. Пропишите сценарий маршрута. Учтите, что оптимальная продолжительность онлайн-экскурсии – полчаса.

Далее выберите платформу, на которой опубликуете готовый материал. Например, гид из Стокгольма Ира Стомберг придумала проект «Карантинтрэвел» и предложила своим коллегам из европейских городов провести экскурсии в [Инстаграме](#).

Пример

Идеи онлайн-интерактивов от «Невской заставы» на период реставрации музея или самоизоляции

Реставрация учреждения затянулась на четыре года. Тогда команда музея не стала отчаиваться и запустила онлайн-экскурсию на YouTube-канале. Ее провел хозяин домика, революционер Василий Шелгунов.

Смотрите видео онлайн-экскурсии

В теплое время года запустили марафон экскурсий «На районе». Каждые выходные знакомили всех желающих с интересными уголками Невского района. Для привлечения участников записали общий рекламный тизер.

Смотрите видео рекламного тизера

Во время режима самоизоляции музей создал интерактивный проект «Музей на диване». Сотрудники записывали юмористические видео в сторис Instagram, проводили видеоэкскурсии и викторины, открыли рубрику #революционеры_на_карантине.

Смотрите видео онлайн-экскурсии

Интерактив в сторис

Такой формат подходит любому типу учреждения культуры. Главное – иметь профиль в «Фейсбуке», «ВКонтакте» или «Инстаграме».

Как реализовать. У молодежи 13–25 лет особенно популярен «Инстаграм». В этой соцсети к посту можно прикрепить стикер, чтобы получить обратную связь: собрать ответы на заданный вопрос или результаты размещенного теста.

Выбирая стикер, отталкивайтесь от ваших задач. Например, GIF-анимация, или двигающаяся картинка, оживит фотографию и создаст настроение. Подобрать гифку можно в каталоге, поискав по ключевому слову. Фото и видео лучше снимать вертикально. Когда пользователи их просматривают, будут держать смартфон именно в таком положении. Пример интерактивных сторис смотрите в таблице 1.

Таблица 1. Примеры интерактивных сторис со стикерами



peterhof_museum 3 ч.

Самсон — герой...?

БИБЛИ
И

36%

МИФОВ

64%



arch_museum 14 ч.



А вы знаете, кто автор
этого памятника?

Напишите что-нибудь...

В интер
был ус
надг
памят
Голл



Чудеса и курале 147нед.



Собираетесь к нам?



Викторина ко Дню 5нед.

Настоящая фамилия
Максима Горького

ФАМИЛИЯ:

Пешков

Гончаров

Кому поручить разработку проекта

Если поставленные задачи соответствуют профессиональным навыкам или интересам штатного сотрудника, поручите ему разработать проект. Услуги приглашенного специалиста пригодятся, если для запуска интерактива требуется решение сложных технических задач или опыт в отличной от культуры сфере, например программировании.

Штатный работник

Как выбрать. Организуйте летучку со всеми сотрудниками. На ней расскажите, какие задачи хотите решить с помощью внедрения интерактива. Выслушайте мнение каждого – от билетерши до творческих работников. Внести вклад в реализацию проекта сможет каждый, так как взаимодействие с посетителями начинается у входа в учреждение. Даже охранник на проходной может стать участником представления.

Далее проведите опрос. Узнайте, через какие темы сотрудники хотели бы взаимодействовать с посетителями, например актерское мастерство, эмоциональный интеллект, история искусства или инновационные технологии. Убедитесь, что они достаточно компетентны в предложенных областях. Чем увереннее ведущий проекта будет чувствовать себя в теме, тем больше посетителей он привлечет.

Попросите обозначить форматы для заявленных направлений, например онлайн-курсы, интерактивный спектакль или пешеходные маршруты. Выберите инициативы, которые подойдут типу учреждения и понятны в реализации. После этого определите сроки и желаемый результат.

Как вознаградить. Обозначьте ответственным сотрудникам условия оплаты за дополнительную работу, например в виде премии. Если они работают по эффективным контрактам, утвердите одним из показателей стимулирующих выплат «организацию и проведение мероприятий проектной и инновационной направленности». Лучший мотиватор – это деньги, но, если такой возможности нет, скажите об этом прямо и выберите другой способ вознаграждения. Если у сотрудника подготовка к проекту занимает нерабочее время, то предложите дополнительный выходной. Подробнее о том, как изменить коэффициент трудозатратности, читайте в [рекомендации](#).

Внештатный специалист

Как выбрать. Не всегда среди сотрудников есть тот, кто обладает нужными знаниями или желанием вести новый проект. Для этого потребуется специалист со стороны. Если у приглашенного специалиста есть опыт в проведении интерактивов, он может предложить успешные форматы. Чтобы найти подходящую кандидатуру, обратитесь к штатным сотрудникам и коллегам из других учреждений. Если среди их знакомых не найдется нужного специалиста, опубликуйте предложение о сотрудничестве на официальном сайте учреждения и

отправьте вакансию в службу занятости. Укажите в нем задачи, взаимовыгодные условия работы и адрес для обратной связи. Чтобы ускорить поиск, воспользуйтесь сразу всеми способами.

Как вознаградить. Внештатному специалисту можно предложить разработку и ведение проекта за регулярную оплату. Чтобы формально закрепить условия работы, заключите с ним [договор](#). В нем укажите итог, оплату и сроки. Подробнее о том, как заключить и расторгнуть гражданско-правовой договор, читайте [здесь](#). Приглашенному специалисту можно предложить сотрудничество и на безвозмездных условиях. Например, от учреждения – бесплатная площадка, а от него – интерактивный проект. Подробнее о том, как привлечь партнеров, читайте в [рекомендации](#).

© Материал из Справочной системы «Культура»

<https://vip.1cult.ru>

Дата копирования: 20.01.2022