

Итоги голосования по вопросам развития фестиваля «Детские дни в Петербурге»

В 2019 году фестивалю «Детские дни в Петербурге» исполняется 15 лет. К этому юбилею команда фестиваля пригласила представителей музеев и других организаций, принимавших в разные годы участие в Детских днях, а также намеренных участвовать в фестивале, к обсуждению итогов его 15-летней работы и перспектив его дальнейшего развития.

Для этого в Шлиссельбурге 25-27 февраля был организован проектный семинар, в котором приняли участие 32 представителя профессионального сообщества (18 представителей учреждений культуры – 16 петербургских музеев, 1 библиотеки и 1 театра – наиболее активных участников и партнеров фестиваля; 7 экспертов – руководители российских и зарубежных межмузейных проектов, основанных на концептуальной идее ДД (Москва, Пермь, Калининград, Владивосток, Эстония, Финляндия), а также члены команды фестиваля.

За время семинара участники обсудили ценности фестиваля, значение Детских дней для города и профессионального музейного сообщества, наиболее значимые параметры в запросах аудитории Детских дней и то, как они меняются со временем. Были намечены точки роста фестиваля и внесен ряд предложений по развитию и усовершенствованию проекта. Во время работы в группах участники разработали версии спецпроектов, которые могли бы быть реализованы в рамках фестиваля в ближайшие годы. Одним из главных итогов семинара для команды Детских дней стало понимание необходимости в процессе подготовки фестиваля внедрять больше практик горизонтального взаимодействия с музеями и организациями культуры.

Продолжением работы, начатой на семинаре, стало открытое обсуждение основных направлений развития фестиваля «Детские дни в Петербурге» на встрече с представителями организаций-участников фестивалей прошлых лет, состоявшейся 15 марта. В этой встрече приняли участие представители музеев-участников основной и параллельной программы фестиваля 2005-2018 гг. (38 человек из 31 учреждения) и представители учреждений культуры, являющихся потенциальными участниками фестиваля (3 человека из 3-х учреждений).

Во время встречи участникам предложили проголосовать, какие цели фестиваля они считают наиболее значимыми, сформулировать собственное видение моделей горизонтального взаимодействия внутри фестиваля, выявить соотношение неизменных и изменяемых элементов в концепции фестиваля. В отношении игры-путешествия (межмузейной игры с путеводителями для самостоятельного путешествия по экспозиции) большинством голосов (39 против 1) было принято решение о том, что она является ядром фестиваля. При этом 15 участников предложили внести частичные изменения в ее формат.

Команда фестиваля анонсировала введение номинаций в процедуры конкурса на участие в параллельной программе, и участники встречи, работая в группах, отобрали несколько лучших вариантов номинаций.

Кроме того, участники предложили несколько вариантов темы для игры-путешествия в 2019 году.

По результатам встречи на онлайн-голосование было вынесено несколько вопросов:

- включение в конкурсные процедуры фестиваля наряду с оценкой экспертного

жюри оценки профессионального музейного жюри;

- определение темы основной программы фестиваля 2019 года;
- определение номинаций параллельной программы;
- брендинг подростковой программы фестиваля.

Онлайн-форма для голосования была доступна онлайн с 22 по 27 марта. Ссылку на форму получили все участники проектного семинара и открытого обсуждения, а также те из представителей профессионального сообщества, кто выразил свою заинтересованность в обсуждении.

В голосовании приняли участие 48 человек из 34 организаций. Их ответы распределились следующим образом:

Вопрос №1

Готовы ли Вы к тому, что Ваши заявки в процессе конкурсного отбора будут оценивать не только экспертное жюри, но и все желающие специалисты петербургских музеев?

Ответы	Количество голосов
Да, я согласен(согласна) с тем, что при конкурсном отборе будет проводиться открытое голосование профессионального сообщества	33
Нет, я предпочитаю, чтобы выбор осуществлял совет экспертов	15

Вопрос №2

Какой Вы видите тему игры-путешествия "12345 – Я ИДУ ИСКАТЬ!" в 2019 году? (Из 9 сформулированных тем можно было выбрать несколько)

Ответы:

Название темы	Количество голосов
«Вещественные доказательства»	31
«Иностранцы в Петербурге»	25
«ЖЗЛ или с кого сегодня брать пример»	24
«Что из чего?»	23
«Родственные связи»	22
«Круглые даты»	20
«Я не боюсь!»	15
«Доверять - что это значит?»	13
«Тайный язык музея»	13

Вопрос №3

Выберите, пожалуйста, наиболее актуальные номинации для конкурса в параллельной

программе (не больше трех).

Ответы:

Названия номинаций	Количество голосов
Связь поколений	25
Выход в город (для проектов, предполагающих взаимодействие с городской средой)	24
Музей + наука	21
Малыши в музее	19
Культура участия	15
Доступный музей (проекты, адресованные людям, нуждающимся в дополнительной помощи для взаимодействия с наследием, будь то доступная среда или культурная интерпретация)	14
Партнерство (для новых форм межинституционального сотрудничества)	13
Дополненная реальность (инновационные методы)	10

Вопрос №4

О бренде и продвижении программы для подростков 13+ «Что я тут забыл?»

Вопросы	Да	Нет	Затрудняюсь ответить	Предложения — что изменить
Устраивает ли Вас название программы: 13+ "Что я тут забыл?" (если да - напишите "да", если нет - предложите, пожалуйста, свой вариант названия)	36	11	1	Предложенные варианты: «Я не ребенок» - 4; «Зачем мне в музей?» - 1; «Зачем мне это надо?» - 1; «Музейная гостиная «Мечтательная»» - 1; «От 13 и старше» или «Для тех, кому за 13» - 1; «Музей - территория общения» - 1; «Мне тоже интересно!» - 1; «Знай свое место» - 1.
Устраивает ли Вас дизайн рекламных материалов программы? (если да - напишите "да", если нет - предложите, пожалуйста, свои идеи - что можно было бы	44	1	3	Предложения: использовать образы из аниме; сделать изображения более реалистичными; спросить о дизайне целевую аудиторию — подростков.

изменить)				
Устраивает ли Вас способ продвижения программы 13+? (если да - напишите "да", если нет - предложите, пожалуйста, свои идеи - что можно было бы изменить)	40	4	4	Предложения: больше финансовых и других вложений в продвижение — 3; активнее вовлекать подростков в продвижение - 4; сотрудничать с институциями (Комитет по образованию, библиотеки, подростково-молодежные клубы, система ДО, привлечение директоров школьных музеев и их активов – наверное, через Аничков дворец) — 1; сделать телеграм-канал — 1; больше digital продвижения — 1; больше работать с не-посетителями (искать выход в аудитории, которые думают про музей «Что я тут забыл?») - 1