







РЕКОМЕНДАЦИИ ОРГАНИЗАТОРУ МЕРОПРИЯТИЯ

- КАК СФОРМИРОВАТЬ КОНЦЕПЦИЮ
- КАК СОСТАВИТЬ ПРОГРАММУ
- КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ПЛОЩАДКУ
- КАК СУЩЕСТВУЕТ ФЕСТИВАЛЬ В ТЕЧЕНИЕ ГОДА
- КАК РАБОТАТЬ С УЧАСТНИКАМИ
- КАК ВЕСТИ ИНФОРМАЦИОННУЮ КАМПАНИЮ
- ОБЩИЕ СОВЕТЫ ОРГАНИЗАТОРУ

Введение

Зарубежная история современного движения мейкеров началась в 2005 году, когда Дейл Доерти запустил журнал Make. Издание было посвящено инженерно-техническому творчеству и включало в себя статьи и инструкции для изобретателей. В поддержку журнала в 2006 году команда Make организовала первый фестиваль Maker Faire. Термин «мейкер», прозвучавший тогда впервые, подхватило сообщество, и выросла полноценная индустрия, основанная людьми, желающими создавать нужные им в быту вещи своими руками. Культура мейкерства с тех пор распространилась на весь мир и постоянно укрепляется в ответ на повышение доступности новинок программно-аппаратного обеспечения. Появляющиеся решения в области цифрового производства способствуют формированию новых возможностей для образования, инноваций и городского развития, позволяя мейкерам сократить путь от задуманного ими образа до его материализации. Сообщество мейкеров во многом опирается в ходе деятельности на сеть фаблабов, а также растет благодаря активности лидеров и идеологов сообщества, которые позиционируют мейкерство как путь перехода от частного производства к цифровым фабрикам.

Типичные интересы, которые формируют культуру мейкеров, включают в себя инженерно-ориентированные занятия, такие как электроника, робототехника, трехмерная печать и другие цифровые инструменты проектирования, а также более традиционные виды деятельности, такие как металлообработка и деревообработка.

Движение мейкеров широко поддерживается во многих странах на государственном уровне: в США, КНР, странах Евросоюза. В июне 2014 года президент США Барак Обама запустил инициативу «Нация мейкеров», чтобы предоставить гражданам США доступ к современным технологиям для образования, оказать содействие инновациям и предпринимательству в интересах экономического развития страны. Одновременно к инициативе подключились государственные департаменты и крупный бизнес: Intel, Autodesk, Chevron, Ford, Google и др. Этот комплекс мер за короткий промежуток времени привел к увеличению числа технологических проектов, образовательных мероприятий и событий для людей, которые выстраивают свое собственное видение будущего с помощью изобретательности и творчества.

Фестивали и конференции традиционно занимают центральное место в развитии культуры мейкерского движения. Сложная архитектура таких мероприятий, наличие специально застроенных выставочных зон, а также уникальные форматы вовлечения аудитории позволяют собирать и мотивировать участников движения, формируя из

года в год успешные практики, конституирующие сообщество. Технологические энтузиасты, ремесленники, преподаватели, инженеры, представители научных клубов, писатели, футурологи, визионеры, художники, студенты и предприниматели, благодаря мейкерским мероприятиям, собираются вместе, чтобы показать свои проекты и рассказать о своем опыте. На фестивалях мейкеров все участники погружаются в энергетически заряженное пространство сотворчества. И часто это оказывает серьезное влияние на дальнейшую жизнь участников: навыки, приобретенные на фестивале, могут оказаться полезными в работе и в быту. Ключевой задачей мероприятий становится создание среды, в которой люди чувствуют, что мейкером может стать каждый. Другая базовая задача фестивалей – сделать видимыми для публики идеи и проекты изобретателей.

Основные задачи мейкерских фестивалей:

- 1) организация пространства деятельной коммуникации людей, мыслящих схожим образом;
- 2) создание среды, в которой мейкером может стать каждый;
- 3) формирование новых проектных команд и поддержка уже существующих проектов мейкеров.

Ежегодно в мире проходит более 300 мейкерских фестивалей. Самая большая сеть мероприятий организована по франшизе Maker Faire. В 2016 году было проведено 180 фестивалей бренда, в 2017 – более крупных и камерных – 200 Maker Faire. Самые масштабные фестивали проводятся в США, где ежегодно проходят две центральные ярмарки в Bay Area и Нью-Йорке, в Европе центральным мероприятием стал фестиваль в Риме.

В России мейкерство как тип деятельности существует в формате хобби и пока не оказывает значимого влияния на экономику страны. Тем не менее постепенно феномен российского изобретателя, работающего в гараже, уступает место глобальному движению людей, работающих совместно и использующих профильные возможности интернет-пространства. Ежегодно проходит серия мероприятий, способствующих развитию мейкерства в России: Moscow Maker Faire, Geek-пикник, фестиваль «Политех», Krasnoyarsk Maker Fest, а также плеяда робототехнических соревнований и выставок: Олимпиада НТИ, «Робофест», Олимпиада по 3D-технологиям. В интересах повышения интересов граждан к высоким технологиям и созданию экосистемы технологического предпринимательства проводятся крупные форумы: «Открытые инновации», Startup Village. На более широкую молодежную аудиторию рассчитаны музыкальные фестивали с технической направленностью – Alfa Future People.



КОНЦЕПЦИЯ МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ МЕЙКЕРОВ

Анализ особенностей мероприятия,
создающего его индивидуальность
и привлекающее широкую массовую
аудиторию

Глава 1. Концепция мероприятий для мейкеров

Основная идея событий для мейкеров призвана отражать инженерно-творческий дух и направлена на освоение широким кругом заинтересованных людей новых направлений деятельности и перспективных технологий. Концепция мероприятия отображает основную идею, которая призвана мотивировать людей, готовых считать ее своей. Действуя как на партнеров, так и на участников и посетителей, общая идея фестиваля в своем лучшем проявлении и оказывает основное влияние на формирование сообщества людей, которые готовы ее транслировать. Поэтому концепция должна отвечать следующим критериям: понятность, лаконичность, потенциал масштабируемости, вирусность (готовность самостоятельно как идея распространяться в сообществе и вовлекать новые сообщества), ценность для общества или социальная привлекательность.

Для формирования концепции необходимо привлекать участников сообщества и лидеров мнений, с тем чтобы концепция отражала их интересы, а люди, которые ее формулируют, чувствовали себя включенными в процесс изначально. Неудачно сформулированная концепция не «цепляет» людей, на которых она ориентирована, и в итоге это приводит к тому, что на мероприятие приходит не та аудитория или люди не приходят вообще.

Концепция мероприятия задает тематику программы, стилистику визуального оформления, рекламную и информационную поддержку, что в итоге определяет общую атмосферу праздника для изобретателей.

Ключевым событием для зрелого мейкерского сообщества является конференция FAB – ежегодное событие, на котором собираются члены более чем 1000 фаблабов со всего мира, чтобы делиться, обсуждать, сотрудничать и создавать сообщества вокруг глобальных проектов в области цифрового производства, инноваций и технологий. Каждый год FAB проводится в новом месте, в разных странах. В 2018 году конференция FAB14 будет проводиться во Франции. Ежегодно оргкомитет фестиваля FAB формулирует ключевую тему. Центральной темой 2018

года станет Fabricating Resilience (создание жизнеспособности, производство упругой деформации). Идеологом конференции выступает Нил Гершенфельд (директор Центра битов и атомов в MIT, основатель Fab Lab сети). В программу конференции включены треки Fab Академии, что позволяет мейкерам, помимо посещения выставочной зоны, пройти обучение и сертификацию.

Цель фестиваля Techfest, который ежегодно проходит в Индии в кампусе IIT Bombay, – создать платформу, позволяющую молодечному сообществу Индии вести разработки и демонстрировать свое техническое мастерство. Идеологи фестиваля стремятся собрать прогрессивные идеи со всей страны, которые изменили бы сегодняшнюю ситуацию в Индии. По мнению лидеров общества TechFest, Индии нужна новая острая идея, вера и видение. Мощное развитие в концепции TechFest получили социальные инициативы фестиваля. Green Campus Challenge направлен на создание экологических проектов.

CURED – социальная инициатива, призванная информировать массы о причинах и последствиях диабета; IAmPower – проект, инициированный с целью дать девушкам возможность стать лидерами технологий и построить карьеру, освоив компьютерные науки.

Тематика крупных фестивалей может формироваться с учетом приоритетных вопросов для государства: военная, космическая тематика, биотехнологии, социальные вызовы и др.

Концепция Национального фестиваля мейкеров в Великобритании (National Festival of Making), проходящего в Англии, ориентирована на сохранение культурного наследия Англии в сложном современном мире. Фестиваль состоит из восьми ключевых направлений: Making Place, Making Noise, Making Story, Making Tastes, Making Digital, Making Love и др. По направлениям создаются специальные выставочные зоны, форматы и спецпроекты, отражающие их специфику. Так, посетителям 1-го Национального фестиваля искусств Великобритании был предложен захватывающий квест

Новички (Zero to maker)	Путь мейкера начинается с вдохновения. Чтобы начать изобретать нужна искра, которая превращает человека из потребителя технологий в мейкера. Мейкерские мероприятия позволяют “новичкам” изучить базовые навыки и получить доступ к необходимым средствам производства
Мейкеры-изобретатели (Maker to maker)	Желание улучшать разработки и делиться ими с другими катализирует переход к от новичка к «мейкеру-изобретателю». Мейкеры - изобретатели начинают сотрудничать между собой и получать доступ к передовым технологиям благодаря ресурсам сообщества.
Мейкеры - производители (Maker to market)	Мейкеры производители, используя в полной мере, возможностям цифрового мира способны продвигать свои проекты, наращивая качество изобретений и повышая их коммерческую привлекательность.
Покровитель мейкеров (Advocate maker)	Для каждого мейкера в вышеуказанных сегментах есть люди, которые поддерживают их. Представители музеев и публичных библиотек поощряют мейкеров и организуют множество мероприятий в интересах сообщества. Хотя эти люди и не являются изобретателями, они составляют большой сегмент сообщества.

Таблица №1 Классификация участников мейкерского движения по мнению Дейла Доэрти (основатель и CEO of Maker Media, идеолог Maker Faire)

Название мероприятия	Локация	Концепция события
Fab conference	Каждый год FAB проводится в разных странах, конференция проводилась ранее в Америке, Китае и на территории Евросоюза	Конференция спроектирована с целью создавать сообщества вокруг глобальных проектов в области цифрового производства, инноваций и технологий. Ежегодно выбирается наиболее актуальная тема в интересах запросов глобально сети руководителей ресурсных центров. Ориентирована по содержанию на запрос руководителей фаблабов и мейкерспейсов
Techfest	Бомбей, Индия	Организаторы фестиваля стремятся собрать прогрессивные идеи со всей страны, способные качественно повлиять на экономическую и социальную сегодняшнюю ситуацию в Индии. Идеология фестиваля строится вокруг создания платформы для студенческого сообщества Индии, упрощающей процесс разработки и демонстрации технического мастерства участников.
National Festival of Making	Блекберн, Англия	Основная линия фестиваля направлена на формирование ответственного отношения граждан к историческому наследию и будущему города через создание и участие в средообразующих проектах
Фестиваль Пуск	Владивосток, Россия	Концепция фестиваля направлена на объединение изобретательства и российской электронной музыки через создание совместных арт-объектов
Фестиваль Политех	Москва, Россия	Основная цель фестиваля Политех в том, чтобы через фестиваль поддержать интерес к музею, который долгое время находится на реконструкции

Таблица №1 Классификация участников мейкерского движения по мнению Дейла Доэрти (основатель и CEO of Maker Media, идеолог Maker Faire)

в рамках направления Make a Digital: они смогли сыграть в виртуальную охоту в соборе Блэкберна, воссозданном до деталей в 3D. Виртуальные подсказки и светящиеся огни, разбросанные по всему собору, направляли участника вниз в подвал собора, где его ожидали древние сокровища.

Организаторы фестиваля «Пуск» (г. Владивосток) поставили перед собой задачу объединить искусство и музыку. Первый фестиваль проходил в формате арт-эксперимента «Да будет свет» и был задуман с целью объединения людей искусства, равнодушных к жизни города. Ежегодно концепция фестиваля формируется так, чтобы создать на площадке атмосферу загадочности и вовлечь сообщество российских молодых музыкантов, что служит популяризации российской электронной музыки. Концепция фестиваля «Политех» изначально основывалась на контексте одноименного музея, который на тот момент находился на реконструкции. Цель фестиваля была в том, чтобы через фестиваль поддержать интерес к музею, несмотря на то, что музейное здание долгое время было закрыто.

Geek Picnic – крупный европейский научно-популярный фестиваль в формате open air, посвященный современным технологиям, науке и творчеству, фестиваль для всех, кто любит науку, новые технологии и фан! Научно-популярные лекции, шоу, косплей, виртуальная реальность, роботы, компьютерные игры, вкусная еда и отличная музыка – все это Geek Picnic. Фестиваль направлен на популяризацию науки («о науке человеческим языком») – организацию встреч с учеными и проведение открытых дискуссий, презента-

цию последних достижений науки и техники, а также создание уникальной среды для тех, кто готов и хочет делиться знаниями.

В России большой популярностью среди молодежи, сообщества архитекторов и урбанистов пользуется фестиваль «Архстояние», концепция которого схожа с идеей мейкерства. Главный вопрос, заложенный в основу концепции: «Размышлять о настоящем и будущем, иногда оглядываясь в прошлое». Команда фестиваля предлагает участникам и посетителям фестиваля ответить на вечный вопрос «КАК ЖИТЬ?». Авторы, создающие объекты для фестиваля, отвечают на него, используя такие доступные им формы, как инсталляции, перформансы, арт-объекты, рисунки, музыкальные композиции, потому что вопрос «цепляет» многих, одновременно заставляя зрителей пробудить творческую энергию. Таким образом получается собрать много талантливых и неординарно мыслящих людей.

Неудачно проходят мероприятия, анонс которых расходуется по содержанию с тем, что происходит непосредственно на площадке, например автор мероприятия, собрав сообщество людей, заинтересованных в развитии бизнеса, не произвел впечатления на публику как эксперт, компетентный чему-либо их учить (<http://loveudm.ru/kak-prohodyat-konferentsii-ayaza-shabutdinova-obmanshnik-razvod/>). Посетители в социальных сетях негативно отзываются о мероприятиях, концепция и программа которых дублируются из года в год или которые повторяют программу похожих по повестке событий.

КАНДИДАТЫ В ОРГКОМИТЕТ:

- 1) руководители фаблабов (в России – сеть ЦМИТ);
- 2) колледжи и университеты (МИСиС, Московский политех);
- 3) визионер мейкерства, человек, который понимает, как мейкерство влияет на сообщество;
- 4) лидер мнений (в Америке такими людьми являются лидеры церкви или локального сообщества, телезвезды);
- 5) молодежный лидер (например, школьник из кружкового движения);
- 6) руководитель инновационной компании, занятой цифровым производством;
- 7) человек или организация, которая собирает хардверные стартапы;
- 8) музеи или прогрессивные библиотеки.

РЕКОМЕНДАЦИИ:

1. Концепция мероприятия, ориентированного на развитие мейкерского сообщества, должна давать представление команде организаторов, партнерам и потенциальным участникам о том, как будет происходить событие, когда оно состоится.
2. Концепция формируется для того, чтобы поддерживать ключевую идею мероприятия и работать на развитие сообщества мейкеров.
3. Концепция может включать перечень тем или направлений, которые раскрывают основную идею мероприятия. Разные темы должны объединяться общей стилистикой, описанной в концепции.
4. Организаторам фестиваля стоит обратить внимание на то, с какой целевой аудиторией они работают, и сформировать концепцию, исходя из запроса участников.
5. Концепция призвана помогать привлечению к организации мероприятия партнеров и сходные по интересам и духу сообщества, которые на начальном этапе не были вовлечены.
6. Сформулировать уникальность мероприятия и проверить, не дублируется ли оно с другими мероприятиями, проходящими в стране.
7. Включить в группу людей, формирующих концепцию на начальном этапе, лидеров мнений и людей, которые задают повестку сообщества.
8. Пригласить в оргкомитет представителей сообщества, которые уже вовлечены в тему мейкерства.

ПРОГРАММА И ФОРМАТЫ

Глава 2. Программа и форматы

Опираясь на направления концепции, а также исходя из списка поставленных организатором мероприятия задач, формируется программа мейкерского мероприятия. Программа может быть распределена по нескольким трекам и представляет собой набор событий, разнесенных по тематике, локациям и времени.

Общая программа мероприятий для мейкеров рассчитана на аудиторию с разной степенью подготовки и включает отдельные форматы как для посетителей, которые хотят освоить новые знания, так и для тех, кто хочет развлечься.

Мастерство составления программы фестиваля состоит в том, чтобы собрать пазл из отдельных событий, которые способны заинтересовать целевую аудиторию и вовлечь максимальное количество партнерских организаций. Это приводит к необходимости наполнения программы в тесной коммуникации с лидерами сообщества, что делает их активными соорганизаторами фестиваля.

Опорными точками как масштабного, так и камерного события являются открытие, закрытие, старт и окончание работы выставки, а также ключевые мероприятия лекционной и деловой программы, соревновательные активности. Отдельно в программе фиксируются время регистрации, время обеда и кофе-брейков, в случае если они предусмотрены организаторами, а также место и время для свободного общения участников экспертного сообщества. Итоговая версия программы мероприятия публикуется на сайте и печатается для участников.

Конференция Fab, которая проходила в 2016 году, включала блоки: образование, цифровое производство, социальные проекты мейкеров, научно-технические задачи, воркшопы и семинары.

Мероприятия фестиваля Maker Faire в Нью-Йорке идут параллельно на нескольких площадках-сценах. Для каждой сцены организаторы выбирают свою тематику – образование, электроника, цифровые производства, «покажи-расскажи» и др. Отдельно выделена площадка для перформансов. Все мероприятия такого типа относятся к треку «Кола&ментос». Действительно, одно из мероприятий блока перформансов состоит в том, что люди в халатах и очках кидают ментос в бутылки с колой, после чего зрители наблюдают фонтаны газированной пены, которые возвышаются над сценой.

Программа фестиваля «Политех» состоит из неординарных лекций, по большей части иностранных художников, архитекторов, которые говорят о науке, урбанистике и делятся способами совмещения искусства и технологий. Однако основная часть фестиваля посвящена инсталляциям, перформансам и воркшопам. В программу фестиваля также включены отдельные мероприятия для детей и научные бои.

Специфика большинства успешных мейкерских мероприятий заключается в увеличении числа практико-ориентированных форматов, позволяющих включить в деятельность как можно больше приглашенных участников.

Содержательной частью программы фестивалей являются лекции, семинары и мастер-классы. Как правило, деловая и лекционная части программы проходят в утреннее и дневное время. Развлекательный блок фестивалей, которые позволяют заинтересовать публику, пришедшую отдохнуть, длится с момента открытия до окончания мероприятия, захватывая вечерние часы. Также вечерняя программа может включать лазерные, пиротехнические шоу, выступления известных музыкантов.





Деловая программа

Деловая программа может быть составлена в таких форматах, как круглые столы, пленарные дискуссии, интерактивные сессии, которые посвящены вопросам развития и содействия мейкерскому движению, трансформации бизнес-моделей проектов мейкеров и доработке проектов до стадии промышленного производства. Экспертами и спикерами могут стать зарекомендовавшие себя мейкеры и представители организаций, которые поддерживают инновационные проекты. Например, в круглых столах и сессиях Startup Village принимали участие Мартин Ролл, всемирно известный эксперт в области брендинга и маркетинговых стратегий, Тристан Поллок, венчурный партнер 500 Startups, Ализе де Тоннак, основатель венчурного фонда Seedstars, организатор международного конкурса для стартапов в 65+ странах, Бен Йоффе, генеральный партнер НАХ, акселератора № 1 для хардверных стартапов с 200+ инвестиционными проектами по всему миру, Тал Катран, гуру предпринимательства, акселерации, профессиональный ментор и инвестор из Израиля. Мероприятия деловой программы мейкерского фестиваля могут проводиться и с целью масштабирования успешных образовательных практик среди молодежи.

Конференция Fab традиционно организует формат антиконференции. На площадке разложено расписание выступающих спикеров и проходящих мероприятий, каждый участник может заявить свое событие, написав его маркером на доске. К преимуществам формата антиконференции относятся: работа участников с темами, которые им релевантны (потому что они предложили их), появление возможности для развития совместной работы, гибкий график, вовлечение каждого участника. Антиконференции сложно организовывать для большого числа участников. У антиконференции также есть несколько типов проведения:

Birds of a Feather – это события, которые обычно сопровождают традиционную конференцию, где участники организуются для обсуждения тем без какой-либо заранее запланированной повестки дня, аналогичной «Бар кемп», где программа переписывается или перезаписывается на лету участниками, использующими шаблоны расписания доски. Формат World Cafe позволяет участникам обсуждать несколько тем в течение ограниченного периода времени. Через определенные промежутки времени каждый участник пе-

переходит к новой группе людей для участия в следующем такте обсуждения. На итоговом сборе озвучиваются результаты всех тактов при модерации организатора.

В дискуссии Fishbowl стулья расположены в концентрических кругах с четырьмя – пятью стульями во внутреннем круге, называемом аквариумом, который направляет дискуссию. Поскольку только участники в аквариуме обсуждают конкретную тему, а все остальные слушают, участники, желающие присоединиться к голосовому обсуждению, подходят к аквариуму и через посредника заменяют одного из нынешних участников внутреннего круга.

Деловая программа мейкерского фестиваля может собирать активистов образовательного сообщества, с тем чтобы согласовать намерения по интеграции STEM-технологий и поделиться успешными практиками. Так, на площадке Maker Fair собираются руководители школ, чтобы повысить доступ обучающихся к сети ресурсных центров и создать дополнительные возможности для профессионального роста для учителей.

2–3 ноября 2015 года Американское общество инженерного образования (ASEE) при финансовой поддержке Национального научного фонда (NSF) провело саммит NSF Maker 2015 года в районе Вашингтона, округ Колумбия. В саммите приняли участие более 50 лидеров

«В свое время я принял участие в конференции Fab. Я написал организаторам, что хочу сделать круглый стол на тему «Обучение детей программированию», и туда пришла вся команда MIT. Я зашел в комнату, и там сидело очень много людей, я даже подумал, что ошибся, все сидят и общаются, в какой-то момент я спросил: «А кто организатор?», и так оказалось, что я. Когда ты сам можешь объявить повестку, то это в духе сообщества мейкеров».

- Павел Фролов
Директор в ГНУ/Линуксцентр

мейкерского сообщества из пяти разных сегментов: представители неформального образования, руководители и идеологи частных мейкерспейсов, руководители университетских мейкерспейсов, инженеры, исследователи в области образования. Целью саммита было налаживание связей между мейкерами, представление информации о будущем мейкерства для инженерных сообществ и образовательных сообществ и определение того, как нужно проектировать новые мейкерспейсы, чтобы способствовать включению в движение новых участников. В первый день саммита участники обсудили четыре ключевых вопроса, которые должны играть решающую роль в развитии движения мейкеров: взаимосвязь между неформальным и формальным обучением, преподавание и оценка компетенций, разнообразие мейкерства, доступность мейкерской среды и включение в нее новых участников, новые технологии. Участники саммита обсудили эти вопросы, связав их с собственным опытом и успехами, а также провели мозговую штурм конкретных методов и стратегий для дальнейших шагов движения мейкеров.

Второй день саммита был посвящен рекомендациям и стратегиям поддержки, продвижения и расширения движения мейкеров. После мозгового штурма по выявлению ключевых ресурсов, необходимых сообществу, участники саммита сформулировали три рекомендации: увеличить сеть мейкеров и улучшить каналы трансляции для обмена опытом участников сети; предложить карьерные возможности и возможности профессионального развития для конкретных мейкеров, расширить роли и отношения участников движения и заинтересованных сторон. Движение мейкеров может реализовать свой потенциал, если изобретатели и педагоги возьмут за основу работы использование передовых практик, если мейкерспейсы возьмут на себя более целостную, культурно экспансивную и общинную роль. Проекты, которые появились по итогам саммита:

1. Влияние на углубленное обучение и формирование доверия между женщинами и меньшинствами. Вопрос, представленный для исследования участниками 1-й группы: «Приводит ли к более глубокому обучению и уверенности



среди женщин и меньшинств в бакалавриате инженерного образования?» Их проект стремился устранить разрыв доверия между женщинами и меньшинствами в их настойчивости, чтобы стать инженерами, через отслеживание обучения студентов с помощью и без создания и измеряя влияние обоих тренировок на восприятие, уверенность, эффективность и другие факторы.

2. Основные ценности и пороговые значения для школ для мейкеров. Группа сформулировала исследовательский вопрос: «В чем ключевые ценности и минимальные пороговые значения для школ мейкеров?» В этом проекте будут рассматриваться основные ценности за пятилетний период через опросы распределенных командой руководства должностных лиц системы образования и заинтересованных сторон. Исследование будет иметь периодические ориентиры и культурные изменения в формальной включить в учебную программу.

Лекции

Лекции проходят практически на всех мероприятиях, ориентированных на популяризацию технологических новинок, и ценятся программными директорами благодаря тому, что могут охватить большое количество людей и не требуют сложной подготовки. В зависимости от темы и спикера лекции способны мотивировать заинтересованного слушателя стать мейкером, сориентировать его по возможностям ресурсной сети, донести определенную социально значимую идею в массы или осведомить аудиторию о новом проекте или событии. Для увеличения охвата зрителей возможна организация онлайн-трансляции или видеозаписи наиболее значимых лекций с тем, чтобы в дальнейшем использовать их как инфоповод между очными мероприятиями.

Для более глубокого погружения аудитории в предметное поле организаторы могут провести серию лекций по заданной теме. Блок лекций при этом может быть оформлен в отдельный трек фестиваля и проходить не только непосредственно на площадке мероприятия, но и в течение календарного года, начинаясь и завершаясь с лекции на центральной площадке. Также есть успешные практики лекций знаковых российских и зарубежных спикеров с целью подготовки молодых команд мейкеров к крупным международным событиям (например, подготовка команды к фестивалю «Бернинг мен»), что может быть особенно эффективно при подготовке объектов выставочной зоны.

Организаторы мейкерских мероприятий стремятся в работе минимизировать тради-

ционный формат лекций. Отсюда появляются новые виды коммуникации, например формат «Молниеносная речь» – очень короткая презентация, продолжающаяся всего несколько минут. Несколько молниеносных переговоров обычно проводятся разными ораторами за один сеанс. Рекомендации по тому, как составлять молниеносные речи: <https://barriebyron.wordpress.com/2013/02/17/so-you-want-to-give-a-lightning-talk/>

Лекционная программа фестиваля Techfest дает студентам из Индии возможность взаимодействовать с людьми, являющимися для них образцами для подражания. Лекции в разные годы проведения фестиваля читали: Серж Haroche (лауреат Нобелевской премии по физике), Эрик Клинкер (генеральный директор BitTorrent) и доктор К. Radhakrishnan

(бывший председатель ISRO), Richard Столлман, (Нобелевский лауреат по химии), Карлхайнц Бранденбург (со-изобретатель MP3) и др.

Успешно зарекомендовали себя такие лекционные форматы, как Science Slam и TED-выступления.

Для того чтобы аудитория пришла на лекцию, нужны: а) понятное название; б) спикер, способный держать аудиторию; в) соответствие темы лекции компетенциям слушателя и его профессиональным интересам. Как правило, названия лекций под запрос экспертного общества более серьезные, чем под запрос любителя, где темы довольно простые и иногда содержат метафору.

мероприятие	спикер	тема
Фестиваль Политех	Билла Ворн Луи-Филипп Демер, художники, создатели роботического перформанса Фестиваля	Классики технологического искусства рассказывают о своих проектах
	Иван Пупырев. Playtronica, исследователь, дизайнер и разработчик, один из самых передовых экспериментаторов в области интерактивного дизайна	Предмет как музыкальный инструмент
	Юри Судзуки, дизайнер, художник, музыкант и изобретатель; владелец одноименной студии, которая создает сервисы для Google, Coca-Cola и Disney.	Коллективная инсталляция, построенная по принципу машин Голдберга и рассказывающая историю жизни Йоганна Кепплера
	Сабрина Гонсалес, американская ученая-физик	Не спрашивайте, что физика может сделать для вас, спрашивай, что вы вместе можете сделать для будущего
Maker Faire New York 2017	Chris Aviles	Использование Raspberry Pi в обучении в школьном саду.
	Mark Hatch	Революция мейкерского движения. Мероприятие – рассказ о том, как мейкерство создает инновации, как инструменты создания становятся более доступными для потребителей, а также последствия этого широкого предпринимательского духа для будущего.
	Edward Clapp	Агентство по дизайну: расширение возможностей молодых людей формировать свои миры.
	Stephen Wolfram	Как учиться и делать проекты с вычислительным мышлением

Таблица №3 «Примеры тем лекций»



Воркшопы (мастер-классы)

Благодаря высокой степени вовлечения аудитории мастер-классы и воркшопы становятся ключевыми элементами программы мейкерских фестивалей и ярмарок. Они напрямую служат ключевой цели событий – сделать технологии ближе и понятнее для начинающих изобретателей. Однако мастер-классы зачастую вызывают сложность при организации на площадке. Трудности связаны с тем, что данный формат имеет жесткие ограничения по числу участников и вмещает, в зависимости от темы и возможностей ведущего, от 2 до 30 человек. Есть регламент по времени: опоздавшему участнику будет трудно включиться в начавшийся ранее мастер-класс. Также определяется перечень технических требований к пространству проведения. Темы воркшопов могут быть очень разными, это – разработка приложений, робототехника, спецэффекты, цифровая фотография, ИИ, биоинформатика и др. Наибольшей популярностью в России пользуются мастер-классы по робототехнике и программированию, которые чаще всего проводятся специалистами постоянно действующих технических площадок. Участники ЦМИТов или кружков организуют множество разнонаправленных мастер-классов и проявляют большой интерес к крупным мероприятиям, так как это успешный маркетинговый инструмент для продвижения бизнеса.

Темы воркшопов: разработка приложений для Android, программирование роботов, цифровая фотография, искусственный интеллект, биоинформатика, робототехника, косплей и костюмы, дроны, дизайн, виртуальная и дополненная реальность, интерактивные проекты кинетического искусства, ремесло, электронные текстильные изделия и износостойкие материалы, жилища (крошечные дома, палатки, купола и т. д), устойчивость и экологичность, инновационные производители продовольствия, радио, винтажные технологии, электрические и альтернативные энергетические транспортные средства, куклы и игрушки, необычные музыкальные инструменты или машины и другие.

По материалам воркшопов до и после фестивалей могут выпускаться содержательные материалы: статьи, публикации, отдельные гайды. Интересно, что в зарубежной практике воркшопы – это также инструмент для продажи специализированных наборов (наборов) для начинающего мейкера по сборке и программированию коптера, робота или беспилотной машины. Рынок образовательных конструкторов в России постепенно формируется и представлен такими компаниями, как «Коптер-экспресс», «Роббо», «Спутникс», Аэрокосмическая лабора-

тория при МГУ им. М.В. Ломоносова.

Помимо воркшопов на фестивале могут быть размещены интерактивные площадки, которые будут интересны детям и взрослым. Проведение научных экспериментов и возможность стать участниками в них позволят оставить хорошие воспоминания. Успехом можно считать то, что участники впоследствии делятся своими впечатлениями в соцсетях, рассказывают знакомым, и это привлекает других участников на следующее либо на это мероприятие.

Примеры тем воркшопов Европейской недели мейкера

“DIYBiology: Hacking Living Material” (DIY Биология: как хакнуть живой материал)

Описание семинара: Такие устройства DIY, часто называемые «хакерными», позволяют энтузиастам, дизайнерам и художникам исследовать возможности работы с живыми материалами. В этом семинаре участники будут взламывать веб-камеру в микроскоп и использовать его для изучения нескольких биологических материалов, включая человеческую ДНК.

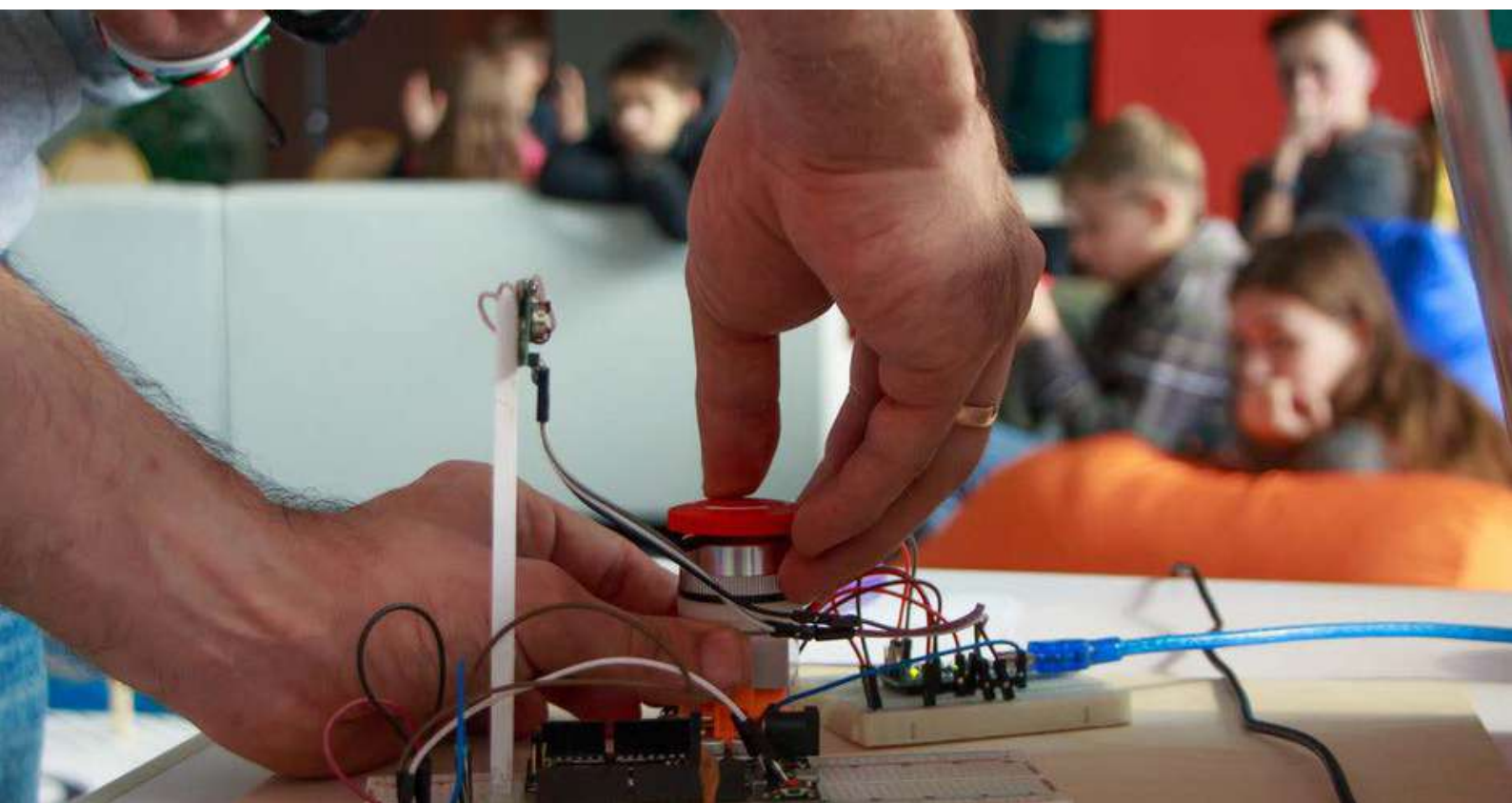
Автор семинара: Питер Ван Бохеман - хакер, художник, инженер, исследователь и преподаватель, продвигающий технологии Free&Open Source. Он возглавляет Open Wetlab, Open Design Lab и FabLab Amsterdam в Институте общества искусства, науки и техники Waag. Он организовал десятки практических практик «Do It Together Bio», основал и выпустил 150 голландских событий DIYBio Community, управляет магазином микроорганизмов PetShop.bio и представляет канал YouTube для создания и взлома вещей. В 2015 году он также создал первую международную открытую совместную учебную програм-

му по распределению биоактеров, Академия BioHack, поддерживая запуск новых групп биоаккумуляции в США, Бразилии, Японии, Иране и по всей Европе.

“Make a DIY textile sensor”

Описание семинара: Смарт-текстиль - это ткани, разработанные с использованием новых технологий и позволяющие бесшовно интегрировать текстиль с электронными элементами, такими как микроконтроллеры, датчики и приводы. Носимая электроника привлекла большое внимание, потому что они становятся более доступными для нетехнической толпы благодаря недавнему открытому и образовательному подходам. В этом семинаре вы узнаете о текстильных сенсорах и мягких взаимодействиях: создайте свой собственный датчик и подключите его к микроконтроллеру, чтобы изучить его поведение.

Зоя Романо живет в Милане, а в 2014 году запустила Fablab под названием WeMake, ориентированный на образование и методы быстрого прототипирования. С 2011 года она изучает мир производителей с Wefab, серией инициатив по распространению открытого дизайна и цифровой обработки в Италии. В течение 10 лет она участвует в медиа-активизме и политическом изобразительном искусстве, работая над обеспечением, социальным производством, материальным и нематериальным трудом в творческих и сервисных отраслях. Она также работает в качестве цифрового стратега в Arduino и входит в состав CDB в Make Foundation в Италии.





Соревнования и конкурсы

Соревнования могут стать одним из самых зрелищных форматов фестиваля. Дух конкуренции привлекает множество посетителей, которые хотят поддержать соревнующихся. Соревновательные форматы на мейкерских событиях могут нести исключительно развлекательный характер или решать социальные вызовы.

На крупных фестивалях проходят финальные этапы соревнований и конкурсов. При этом начало конкурса и соревнования предполагает стартовый этап в виде онлайн-компании, региональный этап на базе школ, колледжей, фаблибов. Если конкурс или соревнование несет в себе проектную направленность, то результаты его могут быть представлены на выставке или же на специально сконструированной арене. Примером успешной практики являются соревнования роботов или гонки водных, летательных или наземных транспортных средств.

В рамках фестиваля TechFest на одной из площадок проходят соревнования по робототехнике, также на фестиваль приглашаются спонсоры, для того чтобы они могли проявить свою соревновательную активность в течение мероприятия.

Темой для соревнования может стать как выявление лучших проектов (школьники, студенты, стартаперы), так и соревнование проектов в «бою», например «Солнечная регата», соревнования в области подводной робототехники, соревнования гоночных болидов, собранных командами до стартов, бои роботов.

На фестивалях можно проводить и шуточные соревнования, например по лазертагу, запуску воздушных змеев, гонке машинок, запрограммированных на воркшопе ранее.

Пример соревнования от компании-партнера. Задание для участников – предложить проект, описывающий инновационное решение с использованием технологии Z-Wave. В ответ компания отправит участнику комплект, который поможет воплотить проект в реальность. После получения комплекта, используя Z-Wave smart-домашнее устройство, участник осуществляет проект. Призерам конкурса, помимо денежного приза, оплачивают участие в конференциях, включая все расходы на поездку.

Хакатоны

Формат, позволяющий собрать разработчиков, экспертов и специалистов из разных областей, которые сообща работают в течение 2–5 дней для решения конкретных задач. Примеры тем для хакатонов: интернет-вещи, умный город (smart City), хакатоны по программированию сервисов и приложений, виртуальная и дополненная реальность, блокчейн.

Флешмобы

Часто к открытию крупных международных фестивалей приурочен старт ак-

ций, которые несут информацию о социально-значимой задаче или направлены на развлечение публики.

Зона развлечений

Рассчитана на участников всех возрастов – как на молодежь, так и на участников с детьми. Основной критерий мероприятий развлекательного характера – это его зрелищность. Для насыщения развлекательной программы могут использоваться разнообразные гаджеты – моноколесо, сигвей (модель платной и бесплатной аренды, тестовые запуски), шлемы и очки для погружения в виртуальную реальность; устраиваются разнообразные аттракционы для детей и взрослых, шоу с привлечением уличных художников, артистов, музыкантов, световые шоу и инсталляции.

Отдельным успешным форматом являются кинопросмотры, которые могут проходить в летний период под открытым небом.

Развлекательный сегмент TechFest

Ozone Techfest – развлекательное направление фестиваля TechFest. Аттракционы и игровая зона помогают удержать публику после их участия в изнурительных конкурсах и семинарах. Это направление позволяет участникам повзаимодействовать с различными техническими гаджетами, например: Lazer (2010), VirtuSphere (2011), Silent Disco (2013), F1 Simulator (2014), Oculus Rift; участвовать в таких событиях, как Junkyard Wars, Paintball, Water Zorbing, 6D-XD Simulator, Flying Simulator, Go Karting.

В «Озоне» принимали участие и уличные художники. «Озон» также организует множество интересных семинаров, таких как «Скульптура для бумаги», «Поэзия» и «Жонглирование», «Анализ почерка» и «Оригами». SciTech Quiz, начатый Techfest в 2008 году, превратился в крупнейшую межинституциональную викторину в Индии – National Open Quiz Techfest, организованную Rohit Nair.

Technoholix – ночной сегмент фестиваля, включает профессиональные шоу от самых известных представителей развлекательной

индустрии со всего мира (пиротехника, лазерные шоу, акробатика, даже виртуальные 3D-голографические дисплеи и многие другие формы). Команда голландцев, выступавшая на Олимпийских играх в Афинах, впоследствии приезжала на Techfest. На сцене даже принимали команду паркура из Casino Royale. Здесь выступали Тони Чапек, интерактивный иллюзионист из США; пожарные танцоры и пиротехники «Па-ли-Ти» из Чехии; копенгагенские барабанщики; Пеп Бу; Кейт Лин (исполнитель на Чемпионате мира ФИФА), Тарарам (исполнитель на Олимпийских играх в Афинах) и The Immersive Musical из Италии.

Спецпроекты - Национального фестиваля в Англии:

Art in the manufacturing: <https://www.youtube.com/watch?v=oc2rlSjELlo>. По заказу фестиваля Making of Making and Super Slow Way, Art in the Manufacturing с потрясающим набором комиссий объединил 10 художников с ведущими производителями Pennine Lancashire. Невероятные результаты их работы были показаны в самых исторических местах центра города Блэкберн в рамках Национального фестиваля 2017 года. В 2016 году производители Pennine Lancashire открыли свои двери для художников, продемонстрировав отраслевые секреты и специализированную технику, материалы, персонал.

В программе GEEK PICNIC на 2018 год запланировано первое в России шоу дронов в открытом небе, зона киберспорта (турнир с призовым фондом), схватки 100-килограммовых роботов, перформансы, в выставочной зоне будут расположены арт-объекты. В этом году организаторы существенно изменили подход к контенту и расширили программу, которая будет состоять из специализированных треков: биотехнологии, образование, космос, экология, цифровое право, цифровая экономика, искусственный интеллект, виртуальная реальность, adults only.



РЕКОМЕНДАЦИИ:

1. Организаторам мероприятий для мейкеров следует обеспечить максимальное разнообразие программы. Это позволяет привлечь большее количество посетителей.
2. При формировании программы следует учитывать наполняемость отдельных мероприятий и сопоставить эти данные с ожидаемым потоком людей. В каждый момент мероприятия вся аудитория фестиваля должна иметь возможность посетить максимально интересные для себя части программы. Будь то лекция хедлайнера или мастер-класс.
3. Программа успешного мероприятия формируется с учетом запроса аудитории по содержанию. Для экспертов следует продумать релевантные их уровню знаний элементы программы
4. Культура мейкерского движения основана на открытости. Задача организатора программы собрать максимальное количество запросов на проведение событий у представителей сообщества и заинтересованных организаций
5. Некоторые элементы программы мейкерского фестиваля сами по себе являются полноценным событием, со своей аудиторией и концепцией. Чем больше таких событий готов разместить фестиваль, тем масштабнее и значимее он может стать.

ГОДОВОЙ ЦИКЛ МЕРОПРИЯТИЯ

Глава 3. Годовой цикл мероприятий

Большинство крупных фестивалей проходят раз в год в фиксированный календарный промежуток и длятся от одного дня до недели, при этом основной состав организационного комитета не расформировывается и продолжает работу над проектом после события. Год между фестивалями уходит на плодотворную работу организаторов, которые прикладывают все усилия, чтобы учесть погрешности прошедшего мероприятия и улучшить его запуск в следующем году.

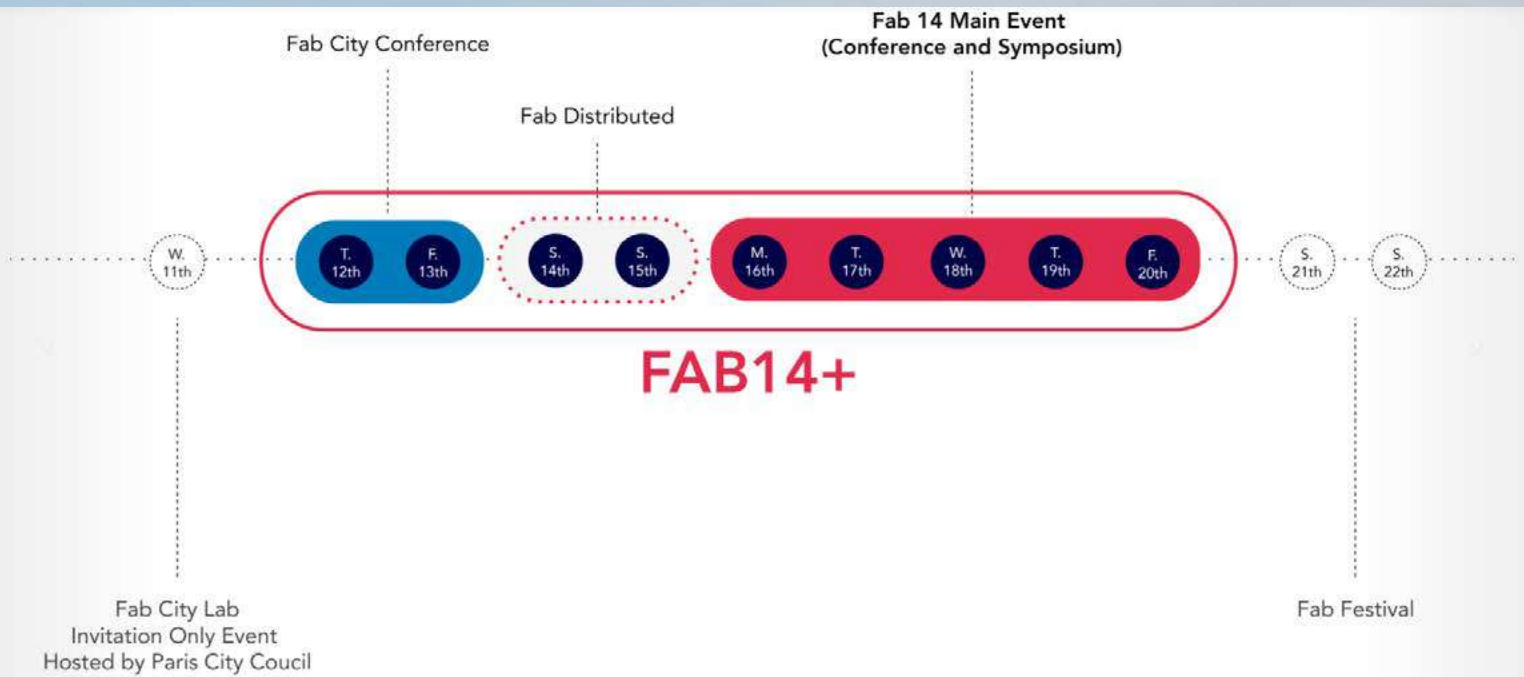
В интересах популяризации фестиваля и роста сообщества информационная кампания в течение года не прекращается, подогревая интерес публики перед грядущим центральным событием. На постоянной основе могут выпускаться информационные издания, видео-материалы и подкасты, профильные блоги, и, конечно, основным инструментом для исполнения этой задачи стали социальные сети. По активности организаторов в социальных сетях участники узнают о планируемом новом мероприятии,

о ходе его подготовки и о ключевых спикерах. В течение года могут происходить отдельные мероприятия по отбору проектов (пример: Startup Tour направлен на поиск перспективных инновационных проектов и развитие компетенций начинающих стартап-команд), выездные мероприятия – кемпы для изобретателей или образовательных интенсивы (Maker Camp). Часть аудитории можно заинтересовать через серию вебинаров.

Ритм работы организационной группы перед непосредственным событием нарастает. Лидеры фестивалей отмечают, что стоящее событие с чистого листа возможно организовать за 3–6 месяцев, а подготовку крупного события, охватом более 30 тысяч посетителей, следует начинать за год. Много времени уйдет на согласование площадки, застройку, взаимодействие с партнерскими организациями.

РЕКОМЕНДАЦИИ:

1. Между очными событиями команда фестиваля может сфокусировать свое внимание на доработке концепции мероприятия и устранении предыдущих неточностей в организации.
2. Для того чтобы вызвать интерес у публики и сделать ожидание кульминационного фестиваля полезным, организаторы могут публиковать информационные материалы о ходе подготовки, образовательные или инженерные гайды по теме предстоящего фестиваля.
3. Наибольшей концентрации внимания и времени потребуются для организации взаимодействия с участниками и партнерами.
4. В поддержку крупного события в течение года можно организовать очные встречи участников, выездные семинары и кемпы. Количество и качество таких отдельных событий может способствовать переходу проекта на новый уровень и поддержке сообщества его последователей.
5. Команда организаторов в ходе подготовки может заручиться поддержкой сети постоянно действующих площадок – фаблабов и мейкерспейсов – и вместе с ними проводить встречи и вести проекты под брендом фестиваля.



«Подготовку крупного мероприятия лучше начинать за год, с этого момента можно собирать программу, договариваться с какими ключевыми исполнителями, которые могут или не могут приехать, после этого можно начинать фандрейзить какие-то средства, привлекать спонсоров, говорить, что вот такие вот приедут, будет здорово. Ну это всё длится там вплоть до момента, когда до фестиваля остается три месяца, когда ты уже начинаешь заключать договоры, выплачивать авансы иностранцам. Потом за неделю до фестиваля начинается монтаж, когда уже всё до аванса должно быть, ну все уже должны практически приехать, ну и начать монтироваться за неделю всё монтируется, например, в парке»

- Иван Боганцев

В данный момент заместитель генерального директора Политехнического музея по просветительской и образовательной работе

«После фестиваля у нас сохраняется общий чат участников в телеграмме, где они общаются. Интенсивная работа с сообществом и партнерами начинается за полгода до события, с тем чтобы за месяц опубликовать предварительную программу, выпустить основные информационные релизы. За неделю до фестиваля начинается монтаж площадки, подготовка выставочной экспозиции»

- Екатерина Беляева, организатор фестиваля "Пуск"

ПЛОЩАДКА





Глава 4. Площадка

Площадка мероприятия – это лицо фестиваля, его физическое проявление, благодаря которому и формируется общее впечатление у всех посетителей и участников. От того, как спроектировано пространство, будет зависеть время, которое люди проведут на фестивале, количество отдельных событий, которые они успеют посетить, и то, что они увидят в первую очередь.

Определяя местоположение будущего фестиваля, организаторам следует оценить внутреннее и наружное пространство по вместимости, транспортной доступности и внешнему виду. Поскольку мейкерские события часто ориентированы на семейный отдых, безопасность площадки также является значимым фактором успешной организации. В большинстве случаев именно застройка площадки для команды мейкерского фестиваля оказывается самым трудоемким процессом, аренда помещений и оборудования становится основной статьей расходов.

Выбор площадки

Традиционно особой популярностью у посетителей пользуются фестивали на открытом воздухе. Природный ландшафт служит отличным фоном для расположения лектория, сцены, фудкорта и фирменных элементов. Однако события на открытом воздухе

могут провалиться из-за изменений погоды. Ниже сравниваются открытая и закрытая площадки. Хорошим решением может стать смешанный тип площадки, когда зона выставки и мастер-классов проходит в специализированных помещениях, а фудкорт, зона развлечений и фотозона размещены на воздухе.

Организаторам следует учитывать, что количество посетителей зависит от транспортной доступности места проведения фестиваля, поэтому следует предусмотреть удобные маршруты для семей на разных видах транспорта, отдельно продумать логистику грузовых автомобилей. Для масштабного фестиваля потребуется достаточная парковка поблизости (желательно предусмотреть отдельные парковки для организаторов, спикеров, участников выставочной зоны и для посетителей). Данный вариант позволит через один вход переносить необходимые детали и продукцию, не мешая общему потоку людей.

Если прогнозируется мероприятие с участием музыкальных коллективов, то необходимо предусмотреть его расположение в отдалении от жилых кварталов, с учетом допустимого уровня громкости.

Maker Faire часто проводится на общественных выставочных площадках, на базе научных центров, в музеях. Такие площадки уже обладают необходимой инфраструктурой, собственным оборудованием и своей аудиторией, что может значительно сократить расходы.

ЗАКРЫТАЯ ПЛОЩАДКА

Плюсы

1. Незначительное влияние погодных условий.
2. Сокращение затрат на специальные водонепроницаемые чехлы для технического оборудования и др.
3. Возможность создания интерактивных развлекательных коридоров в небольшом пространстве.
4. Возможность скрыть большую часть площади и невыгодные места дополнительными мобильными конструкциями.
5. Более простая организация системы безопасности, распределения сил охраны на человекопоток.
6. Более простая организация расположения медицинского пункта.
7. Возможность сильнее модернизировать оформление в зависимости от стилистики мероприятия

Минусы

1. Необходимость учитывать состояние площадки, так как каждый формат мероприятия и само мероприятие требуют особого декорирования пространства, и, в зависимости от состояния территории, бюджет события может увеличиваться.
2. Усложнение проработки логистики для грамотного распределения человекопотока. 3. Регулировка температуры и вентиляции в залах, в зависимости от количества участников.
4. Дублирование естественного света искусственным.
5. Дополнительные затраты на подготовку розеток и т.п.
6. Выделение большого пространства для зоны регистрации, если требуется выдача бейджей и пакетов участникам

ОТКРЫТАЯ ПЛОЩАДКА

Плюсы

1. Возможность принять больше участников, чем было запланировано.
2. Декорирование пространства – создание инсталляций на деревьях и ближайших объектах (пример: фестиваль «Политех»).
3. Свежий воздух.
4. Проработка оформления мероприятия – установка шатров, разделенных по тематике либо по определенным кейсам.
5. Организация площадок с культурной программой: лазерные и пиротехнические шоу, музыкальные и театрализованные выступления.
6. Возможность создания большего количества интерактивных площадок при использовании большого пространства.
7. Возможность создания зоны отдыха в парках на лужайках, что будет удобно для компаний и семейных пар.

Минусы

1. Переменчивые погодные условия и ограничение по времени года.
2. Установка портативных биотуалетов, которые портят общий внешний вид площадки.
3. Увеличение служб, которые будут убирать площадку, так как поток посетителей мероприятий на открытом воздухе может быть выше, чем предполагалось.
4. Дополнительные расходы на водонепроницаемые чехлы для техники и различных объектов.
5. Дополнительная проработка звука на открытом пространстве.
6. Невозможность регулировать температуру в жаркое время, следовательно, потребуются лишние денежные затраты на создание дополнительных зон отдыха.
7. Необходимость в установлении специальных рамок и охраны для проверки участников, но определенная часть участников будет заходить через незакрытые пространства, чтобы избежать угрозы безопасности.



VADIM-POPOV.RU © 2017



Застройка площадки

Несмотря на то, что застройку на себя берут подрядные организации по техническому заданию оргкомитета, данный аспект требует от команды фестиваля высокой степени включенности на всех этапах работы. Сложности могут возникнуть, если заранее не продуманы вопросы наличия и размещения оборудования, мест электрических разводок, а также нет разрешения для пропусков на площадку монтажных групп. Отдельно следует продумать возможность размещения выделенного доступа в Интернет (установка wi-fi для участников и дополнительной зоны с проводным Интернетом для организаторов и СМИ. Установка wi-fi позволит в случае необходимости идентифицировать всех участников, которые были на площадке и использовали Интернет).

Расположение объектов может стать местом конфликта для экспонентов и партнеров фестиваля. На всех площадках есть более выгодные места для размещения и менее проходные. Проблемы можно избежать, если сформулировать заранее прозрачные регламенты по размещению стендов или обозначить финансовые инструменты по определению места участником. Если мероприятие небольшое, то возможно организовать осмотр площадки с экспонентами. Так мейкеры и представители компаний смогут сказать, где они хотят остановиться и что потребуется при застройке.

Визуальное оформление

Единообразие визуального оформления, перекликающиеся цвета баннеров, оформление зоны выставки и лектория, дизайн отдельных элементов позволяют создать впечатление единого мероприятия у участников. Брендбук фестиваля является отдельным продуктом и позволяет отмечать информацию о фестивале среди информационного потока. Бело-сине-красная цветовая гамма фестиваля Maker Faire узнаваема во всем мире и напрямую ассоциируется у всех посетителей с праздником мейкерского движения.

При общей позиции по стилю важно не ограничивать участников выставки в формате стенда, цвете табличек, одежде, количестве людей. Суть фестиваля не в том, что это выставка, где собраны красиво поданные проекты, а в том, что есть проекты, которые не всегда хорошо презентованы, но это все по-настоящему.

Например, на фестивале OpenMaker организаторы выделили зоны экспонентов и участников цветом ковролина: красная зона – для выставочных экспонатов, синяя – для участников выставки. На баннерах в выставочной зоне в дизайне использованы перекликающиеся цвета – присутствует единообразие элементов в деталях.

Организаторам следует обратить особое внимание на выгодное расположение фотозоны, баннеров и входной группы. Данные элементы попадут на множество фотографий, которые должны отражать мероприятие в выгодном свете.

Часто организаторы мейкерских мероприятий используют в оформлении уникальные решения по застройке объектов и использованию пространства фестиваля. Активно используются световые элементы на природных объектах. Важно отметить, что данное решение не требует больших денежных затрат, но при этом позволяет преобразить площадку моментально. Посетители фестивалей с удовольствием фотографируются на фоне объектов из сериалов, которые знакомы многим. Размещение таких объектов может стать выгодным вариантом при условии, что объекты подходят по теме и стилю всего мероприятия.

Один из лучших примеров оформления – книжная ярмарка в Нью-Йорке. Застройка состоит из огромных книг, что способствует полному погружению участников в мир фестиваля. Создание «книжной полки» на привычных объектах уже вызывает желание зайти и посмотреть все.

Лучшие фотографии с мероприятий получаются у посетителей на фоне инсталляций и крупных выставочных сооружений. Это во многом обуславливает невероятную популярность фестиваля Burning Man. Среди мейкерского сообщества самым большим авторитетом пользуется команда LaMachine, которая проектирует и создает огромные движущиеся объекты для выставок. Одним из недавних экспонатов были огромные роботы-пауки, которые могли перемещаться по стенам исторических зданий (<http://www.lamachine.fr/>). В России красивые арт-объекты создаются на площадках «Архстояние» в Никола-Ленивце и в парке им. Горького в рамках Фестиваля света. Оба этих фестиваля собирают множество посетителей.



Зона питания

Если организаторы рассчитывают, что посетители фестиваля посетят несколько мероприятий и будут находиться на площадке более 2–3 часов, необходимо предусмотреть возможность для организации точки (точек) питания. Многие организаторы, выполнив всю выставку в одной стилистике, на зону питания чаще всего смотрят из принципа «лишь бы было» и не обращают внимания на ее оформление. Важно понимать, что все детали оформления должны быть связаны между собой. При этом необходима проработка дополнительной логистики от места питания до остальных объектов фестиваля, чтобы участники не мешали друг другу (не было большого скопления людей в одном месте) и не могли засорить площадку.

Навигация

Чем более масштабное мероприятие, тем большее внимание организаторы уделяют навигации. Интуитивная навигация позволяет посетителям успеть попасть на все события, которые они посчитали для себя релевантными, спикерам оперативно найти место своего выступления. Элементы навигации входят в состав полиграфических материалов фестиваля и могут быть размещены в виде указателей, на горизонтальных и вертикальных поверхностях (полах и стенах), отражены в программе (буклете) мероприятия, располагаться на информационных стойках и роллапах.

На территории, ограниченной по размеру и ресурсам, организаторам необходимо расположить комплекс экспонатов так, чтобы зона выставки отражала концепцию мероприятия, а объекты выставки и экспоненты не мешали друг другу. Выставочные зоны могут иметь подписи, указывающие тематику стенда, тогда участникам будет проще находить интересные для них выставки.

Техническое оснащение

Оборудование площадки техникой – вопрос, требующий особого внимания организаторов события. Для фестиваля мейкеров потребуется установка дополнительной техники, усиление розеток, установка «ферм», металлических конструкций, выставление дополнительного света, установка мультимедиа-оборудования.

Выставочная деятельность Techfest началась в 2004 году и была призвана мотивировать молодежь на военные исследования. Welcome To Mars была первой международной выставкой Университета штата Аризона и НАСА в 2006 году. В 2008 году появился первый интерактивный экспонат – Shadow Dexterous Hand. В 2009 году на выставке был представлен Amphibot – робот, который способен передвигаться без каких-ли-



бо конечностей или колес. Следующими яркими экспонатами выставки стали: роботы от компании Da Vinci Robotics, Open vibe – интерфейс мозга и компьютера, PR2 Robot, Eccerobot 2. В 2016 году в рамках Techfest прошло автошоу с демонстрацией BMW i8, BMW M4, Hayabusa, Ducati, Triumph Bikes, а Techfest 2017 года продемонстрировал участникам экспонаты: Bebionic hand, прототипы ISRO, Advanced Military Weaponry с Techconnect, а также эксклюзивные исследовательские проекты и экспонаты института Бомбея.

Фестиваль «Пуск» – это пример проведения необычного фестиваля в закрытом помещении, где учтены все особенности пространства. Особенность застройки фестиваля «Пуск» в том, что вход и выход с выставки разнесены так, что посетитель, совершая путь от старта выставки до выхода, посещает все объекты, которые позволяют ему понять задумку авторов экспозиции, проникнуться духом фестиваля. Недостатки производственных помещений, где обычно и проходит мероприятие, умело скрываются арт-объектами.

Застройка площадки Burning Man

Burning Man располагается на территории в 13 квадратных километров, застроенной как целый город по принципу часов: на 12 часов расположен храм, а на 6 часов

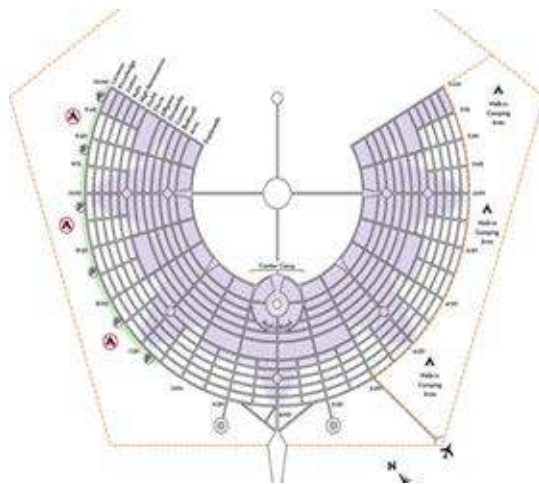
– центральный лагерь. В центре находятся арт-объекты, перформансы, главный лагерь. Большие клубы и дискотеки располагаются на последних улицах, чтобы звук шел в пустыню и не беспокоил окружающих. Круг этих часов не замыкается: организаторы намеренно оставляют выход к пустыне, что отражает взгляды и принципы комьюнити: открытость и стремление соединиться с природой.

Территория, закрашенная фиолетовым цветом, – тематические лагеря, в которые каждый год люди привозят свои воркшопы и делятся увлечениями: разливают чай, наряжаются, смотрят фильмы и многое другое.

Места, отмеченные белым, – это свободная территория, где можно поставить палатку и расположиться без всякого предупреждения.

В центральном лагере находятся основные сервисы, которые помогают арт-объектам и где можно узнать ответ на любой организационный вопрос.

Организаторы Burning Man предоставляют участникам застройку основной инфраструктуры города: разлиновывают территорию, привозят туалеты и обеспечивают медицинское сопровождение. У фестиваля даже есть собственный лицензированный аэропорт.



Подготовка выставочных стендов

Стенд участника выставки должен быть запоминающимся и ярким. Необходимыми составляющими для его подготовки станут: определение формата работы стенда, а именно что там будет происходить во время выставки, визуальное оформление, с учетом размеров стенда, размещение соответствующей мебели, уместное использование света и арт-объектов или технических элементов, может быть использовано даже добавление запахов для привлечения внимания публики и др. Выставочные стенды являются не только частью всей выставки в целом, но и лицом участника.

Перед подготовкой стенда организатору необходимо определить следующие ключевые моменты с участниками выставки: когда будут проводиться монтаж и демонтаж, кто будет осуществлять выгрузку всех частей стенда (экспозиции) и какая помощь требуется в этот период со стороны оргкомитета.

Стенды в целом необходимо разделить на 3 основных категории:

Малый стенд (от 6 до 12 кв. м): данный вариант удобен для тех, кто готов представить небольшие разработки или создать презентацию будущего проекта. Чаще всего в таком формате расположены плазменный телевизор, стол с выставочными объектами и стул для участника выставки.

Средний стенд (от 12 до 18 кв. м) – вариант для тех, кому необходимо разместить примеры своих работ и дать возможность большему количеству участников рассмотреть экспозицию (например роботов («Робофест»)).

Большой выставочный стенд (от 20 кв. м и более) – площадка, позволяющая создать инсталляции на стенде, разместить переговорные зоны и другие функциональные локации.

Периодически у участников возникает вопрос, как правильно выбрать размер выставочного стенда. Но самый понятный критерий, который и определяет размер и сложность застройки стенда, – это бюджет. Финансы потребуются на техническое оснащение и расходные материалы, подготовку информационной зоны (распечатку буклетов, листовок и другой печатной продукции).

Для того чтобы зона выставки пользовалась большим вниманием, можно заранее просить экспонентов провести подготовительные мероприятия, в том числе сделать адресные телефонные звонки ключевым партнерам и клиентам и проинформировать о мероприятии, направить запрос о размещении ссылки на мероприятие на сайте участника выставки.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С СООБЩЕСТВОМ

Большой фестиваль нельзя сделать без участников. Технологии технологиями, форматы форматами, но главными являются люди, которые к вам приходят!

*Анна Вакулик,
организатор Moscow Maker Faire*

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С СООБЩЕСТВОМ

Мейкеры - участники фестивалей, это основа программы фестиваля.

Глава 5. Взаимодействие с сообществом

Организаторы мейкерских мероприятий отмечают, что работа с сообществом – ключевая задача для фестивалей и ярмарок изобретателей – и требует особого внимания. Мейкеров надо найти, заинтересовать, удержать и, что бывает сложнее всего, – сохранить эффективную коммуникацию в процессе создания мероприятия. Мейкеры – творческие люди, которые отрицают бюрократические процедуры, так как они ограничивают их полет и размах мысли. Мейкеры часто отказываются участвовать, когда организаторы требуют у них смету, они боятся дедлайнов и любят творить то, что им придет в голову. Чтобы выстроить коммуникацию, придется договориться об особых, действующих на время подготовки фестиваля, протоколах работы.

Поиск мейкеров, которые готовы начать работу, – одна из первых задач организаторов. Для работы с сообществом и приглашения участников работают два способа – регистрация на сайте и публикации с активными ссылками в СМИ и социальных сетях. Данные способы позволяют охватить активистов, которые мониторят информационное пространство и не испытывают скепсис к подобным событиям. В первом случае заявку на участие может подать каждый в течение ограниченного периода времени (1–3 месяца). Второй способ – это поиск живых мейкеров «вручную».

Движение мейкеров в России все еще существует в сумеречном пространстве. Состоявшийся российский мейкер – это одиночка, он сидит в гараже и не афиширует свои разработки в социальных сетях, поэтому организаторам придется приложить усилия для того, чтобы его найти и привлечь к участию в фестивале. Деятельных и энергичных участников можно найти среди студентов и преподавателей университетов. Организации высшего образования при этом еще и обладают ресурсными мощностями для реализации довольно сложных технических проектов.

Работая с уже заявившимся на событие сообществом изобретателей, организаторы должны признавать значимость их деятельности и приложить все усилия, чтобы помочь им нарастить популярность в профессиональном сообществе и вывести продукт их работы на новый уровень. Основа работы с сообществом – обеспечение горизонтальной коммуникации между мейкерами, создание среды, где мейкеры всегда могут обратиться к организатору на доверительном основании.

Мейкеры любят, с одной стороны, четкость и инструкции, а с другой – ничего так не ценят, как свободу самовыражения. Хорошее мероприятие строится именно на этом противоречии. Важно правильно распределить роли в команде, найти правиль-

ных людей, например позицию общения с представителями сообщества можно разделить между двумя людьми – ответственным за организационные вопросы и программным директором. Программный директор – гибкий, умеющий слушать, эмпатичный; организатор – человек с четкой позицией, решающий проблемы, выдерживающий строгие рамки.

Многие мейкеры приходят на фестивали для того, чтобы познакомиться с потенциальными партнерами и инвесторами. Мейкеры отмечают, что они приходят на профессиональные ярмарки, чтобы получить заказ под мелкосерийное производство, найти людей, которым нужно сделать что-то в одиночном или малосерийном формате для себя, для своего частного дома, для своего проекта. Есть при этом и успешно работающие инструменты. На стартап-вилладж действует сервис назначения встреч SUV Matchmaking, с помощью которого в 2017 году на площадке было организовано 1500 встреч инвесторов и стартапов. Для встреч на площадке отведена специальная зона.

При взаимодействии с профессиональным мейкерским сообществом важно учитывать и финансовый аспект

Если в ходе подготовки мейкерского события собирается много людей, которые хотят установить свои объекты на выставку или организовать серию мероприятий для координации процесса, то можно приглашать кураторов. В этом случае может оказаться полезной практика наставничества. Наставники как раз те люди, которые уже

обладают опытом участия в подобных мероприятиях и готовы поделиться знаниями с новоприбывшими.

Одной из наиболее успешных практик вовлечения широкого круга заинтересованных людей является американская и европейская неделя мейкерства. Мероприятия в интересах развития сообщества на время этих событий проводятся повсеместно на площадках школ, музеев, библиотек, университетов, промышленных предприятий, фаблабов по всей территории США и стран Евросоюза. За несколько месяцев до мероприятия для организаций и частных лиц открывается регистрация, где можно заявить тему лекции, сообщить организаторам о готовности организации выступить площадкой проведения мейкерского мероприятия. Организации могут заявить о готовности содействовать событию в следующих форматах:

1. Дать согласие на проведение или спонсирование ежемесячной встречи сообщества мейкеров с другими организациями-производителями в регионе.
2. Заявить приз от организации или провести свой конкурс.
3. Предоставить финансирование в партнерстве с локальной или национальной организацией.
4. Согласовать формат партнерства с образовательным учреждением в регионе.
5. Оказать помощь в случае стихийных бедствий при согласии о партнерстве с организационным комитетом.

«У меня как большинства мейкеров ограниченный бюджет. Я участвую в мероприятиях за которые либо мне платят, либо хотя бы никто никому не платит. Соответственно, если мне покупают билеты, оплачивают гостиницу, дают поставить стенд, тогда я еду, также у меня есть райдер, что я могу делать на мероприятии. В ситуации, когда мне могут обеспечить за счет организаторов проезд и участие, я им в ответ отправляю райдер и они выбирают то, что хотят из того, что я умею. либо еще иногда бывает мероприятие, тоже связанное с выставками в Азии, потому что Азия для меня важный рынок, и я понимаю, что мои вложения в командировки еще вернутся»

- Павел Фролов

«Мы сейчас создаем сообщество, которого ранее не было. Лайфхак это всем рассказывать то, что нужно и давать попробовать»

- Яков Сомов

«На выставке FAB конференции нет прописанного регламента по выставке. Просто необходимо приехать и выставить свои вещи. Я все выставил, все тут же подошли посмотрели роботов и 3d принтер, потом подошел Нил Гершенфельд и предложил выставиться у них на стенде, на главном стенде всей конференции. А он является мейкерским, его строили из подножных материалов, и они сделали мне угол под мои объекты. Но это меня очень порадовало. У нас такая тема – подайте за полгода заявку и все переиграется, а тут иначе»

- Павел Фролов

«Самое важное – это быть на одной волне с участниками, обладать авторитетом их кругу. Если вы не модные, молодые люди к вам не придут»

- Екатерина Беляева «ПУСК»

Пример самоорганизации сообщества – фестиваль Бернинг Мен. Региональная сеть Burning Man располагается на шести континентах с более чем 287 представителями и более чем в 40 странах. На 2018 год можно смело заявлять, что у Burning Man самая большая региональная сеть в мире. Ежегодно проходит около 80 официальных региональных событий. Помимо официальных собраний, происходят еще тысячи неофициальных. И многие из региональных предствительств создали некоммерческие организации и выдают гранты художникам, так же как и центральный орган. Примеры: Afrika Burn – самый крупный региональный ивент, в 2015 году Afrika Burn посетило 13 000 человек (мероприятие проводится с 2007 года), другое быстро развивающееся мероприятие – Meat Burn в Израиле. Все события, собирающие теперь тысячи людей, начинали с маленьких встреч на пляжах. Для поддержания активистов Burning Man организаторы проводят лидерские саммиты, куда приезжают региональные представители.

Значительно расширить охват фестиваля поможет привлечение людей, представляющих отдельные субкультуры. Несмотря на то, что в чистом виде движение мейкеров в России недостаточно развито, уже сформированы субкультуры и движения, которые активно применяют основы мейкерства в своей деятельности.

Flaming Lotus Girls – это группа художников-добровольцев, которые создают крупномасштабные кинетические инсталляции с применением огня. Группа была основана в 2000 году в Сан-Франциско шестью женщинами и двумя мужчинами, которые хотели научиться создавать и проектировать большие скульптуры. Сейчас в группе около 100 человек.

Примеры: Afrika Burn - самый крупный региональный ивент, в 2015 году Afrika Burn посетило 13 000 человек (меропри-

ятие проводится с 2007 года), другое быстро развивающееся мероприятие – Meat Burn в Израиле. Все события, собирающие тысячи людей начинали с маленьких встреч на пляжах.

Для поддержания активистов Бернинг мен, организаторы проводят лидерские саммиты, куда приезжают региональные представители.

Значительно расширить охват фестиваля поможет привлечение людей, представляющих отдельные субкультуры. Несмотря на то, что в чистом виде движение мейкеров в России не достаточно развито, уже сформированы субкультуры и движения, которые активно применяют основы мейкерства в своей деятельности.

Flaming Lotus Girls – это группа художников-добровольцев, которые создают крупномасштабные кинетические инсталляции с применением огня. Группа была основана в 2000 году в Сан-Франциско шестью женщинами и двумя мужчинами, которые хотели научиться создавать и проектировать большие скульптуры. Сейчас в группе около 100 человек.

Заслуживают внимания отзывы российских топ-менеджеров, которые рассказали о своем опыте участия:

О том, почему на Burning Man съезжаются предприниматели и инвесторы: это излюбленное место предпринимателей из Кремниевой долины. Ну и от Пало Альто или Купертино рукой подать. Поэтому сюда они действительно чаще всего приезжают. Но и сама идея фестиваля подходит по духу венчурному бизнесу. Это пространство для самого радикального экспериментирования. Чтобы работать в компаниях, которые создают технологии будущего, нужно не бояться воображать. Burning Man – это такая гимнастика для воображения.

«Мы хотим привнести опыт, который получили в пустыне, в город. Сначала мы организовывали мероприятия, подобные Burning Man, когда возвращались в Сан-Франциско. Например, «разгерметизация» (decompression) и «загерметизация» (precompression). Мы организовывали уличную ярмарку в Сан-Франциско, там наши художники раздавали свои творения бесплатно»

- Стивен Распа, директор по региональному развитию Burning Man

«Первый раз это был тимбилдинг. Я собрал самых активных сотрудников SDVentures из Гонконга, Нью-Йорка, Мальты, Москвы, Минска, и мы все отправились в экспедицию. Наша задача была — выжить в пустыне и установить там Робота-обезьяну. К тому же я хотел, чтобы коллеги познакомились лучше с современным искусством. У нас в переговорных висят работы Олега Кулика, а в пустыне им предстояло встретиться с ним самим. Мне также хотелось пообщаться со своими коллегами в совсем другой обстановке. Второй раз это была уже дружеская компания. Я пригласил своих товарищей по венчурному бизнесу, партнеров и даже некоторых одноклассников, которых не видел 20 лет. Удивительно, но компания оказалась необыкновенно дружной. Пустыня всех сплотила. И еще их сплотило участие в арт-проекте, которым мы все, кажется, очень гордимся»

- Дмитрий Волков, сооснователь интернет-холдинга Social Discovery Ventures (SDV)

«После первой поездки мы никак не можем остановиться и ездим каждый год, собирая все больше и больше друзей в наш кэмп.

Наша первая поездка получилась очень спонтанной, когда буквально за три недели до фестиваля, уже находясь в Сан-Франциско, мы по счастливой случайности наткнулись на свободные билеты, и пришлось очень быстро собраться, закупить все необходимое и найти кэмп.

Я бы не сказала, что Burning Man – это исключительно технологическая тусовка. Туда приезжают совершенно разные люди: очень много художников, дизайнеров, музыкантов и людей других профессий. Безусловно, близость Долины и сама концепция мероприятия определяют довольно большой процент участников из стартаперской среды. Берн — это место, где можно погрузиться в совершенно иную реальность, которую ты отчасти создаешь сам совместно с «братьями по разуму». Для нашей компании это, во-первых, прекрасный повод для тимбилдинга, способ отключиться от повседневности, узнать друг друга лучше и покреативить над новыми проектами вдали от рабочей суеты»

- Вера Козырь, соосновательница международного дизайн-агентства Notanotherone

«Я очень давно слышал про Burning Man, но думал, что оставил тусовки в прошлом. Кроме того, в отличие от других фестивалей, Burning Man требует коммитмента, нужно готовиться: костюмы, жилье, вода, еда, все нужно привезти с собой, что в двойне трудно, когда не живешь в Штатах. Но в этом году я решил, что прежде чем стану совсем старым, я все-таки должен побывать на главном фестивале планеты, и что нет лучше времени, чем сейчас. Я попал в лучшем случае на 5% того, на что хотел сходить. Burning Man превратился в тотем для уникальной культуры интернет-индустрии.

В Китае основная головная боль организаторов в том что придет слишком много людей и площадка не вполне справляется с потоком посетителей. В России же все еще другая проблема – мероприятие есть, спикер приехал, материал актуальный, а зрителей нет. Выход из ситуации можно найти либо промоутируя локальные события, либо просить самих мейкеров задействовать свои каналы коммуникации – опубликовать анонс события в соцсетях.»

- Евгений Ленский, директор по анализу в Phenomenon Ventures

Пример организации мастерских «Кубка Голдберга»

Мастерские - это формат, похожий на хакатон, разница в том, что в мастерских отсутствует соревновательный. Это мероприятие, куда можно прийти с любым уровнем подготовки. Люди, которые приходят в мастерскую прямо на месте формируются в группы и решают задачу по формированию машины Голдберга и в итоге мы получаем одну большую машину Голдберга (цитата Сомова);

1. Соревнование машин Голберта. Формат, когда саму машину команда делает дома, а потом собирает аппарат на месте проведения соревнования. Команде позволяют покрыть расходы микро – гранты.

2. Формат показательных выступлений – команда привозит на выставочную площадку машину, которая представляет собой арт – объект, и он для широкой аудитории, для тех, кто вообще не понимает как работает машина «Голдберга».

«Самое главное к людям относиться, признавая, что они творят очень интересные вещи и показывать им, что ты не только уважаешь их деятельность, но очень хочешь им помочь быть замеченными другими людьми, которые тоже что-то делают. Поэтому мы их вовлекаем и в наполнение программы. У нас сами мейкеры могут выбрать любую форму представления проекта и как они будут участвовать в лектории. Самое главное к людям относиться, признавая, что они творят очень интересные вещи и показывать им, что ты не только уважаешь их деятельность, но очень хочешь им помочь быть замеченными другими людьми, которые тоже что-то делают. Поэтому мы их вовлекаем и в наполнение программы. У нас сами мейкеры могут выбрать любую форму представления проекта и как они будут участвовать в лектории»

- Анны Вакулик , организатор

Хорошим опытом по масштабированию и увеличению числа организаций, вовлеченных в фестиваль является Национальная неделя мейкерства, которая проходит в США по инициативе «Нация мейкеров» и Европейская неделя мейкерства. Благодаря активному включению организаций мероприятия недели мейкеров проходят одновременно во многих городах на площадках школ, мейкерспейсов, музеев и библиотек.

Организации могут заявить о готовности содействовать событию по следующим форматам:

1. Дать согласие на проведение или спонсирование ежемесячной встречи сообщества мейкеров с другими организациями-производителями в регионе
2. Заявить приз от организации или провести свой конкурс
3. Предоставить финансирование в партнерстве с локальной или национальной организацией
4. Согласовать формат партнерства с образовательным учреждением в регионе
5. Соглашаясь с партнерством с организационным комитетом возможности по оказанию помощи в случае стихийных бедствий

РЕКОМЕНДАЦИИ:

Рекомендации по взаимодействию с сообществом

1. Настроить партнерскую сеть из университетов и фаблабов для приглашения мейкеров.
2. Дать мейкерам свободу в самовыражении в ходе их деятельности, озвучив при этом на начальном этапе основные принципы работы и сроки.
3. Задать прозрачные протоколы работы с мейкерами-участниками, распределив зоны ответственности и зафиксировав реперные точки и дедлайны. Мейкерам комфортно, когда даже на больших мероприятиях минимизирована роль регламента.
4. Обеспечить приглашение участников из разных сообществ.
5. Построить систему наставничества для новых участников по принципу волонтерских сообществ.
6. Соблюдение прозрачности коммуникации и открытости к новым, порой даже безумным идеям.
7. Содействие в закупке необходимых ресурсов и организации.

Информационное сопровождение

Глава 6. Информационное сопровождение

Информационное сопровождение фестивалей мейкерского движения исторически является неотъемлемым элементом сообщества. Коллектив журнала Make заложил основные идеи мейкерства и с 2006 года диктует основную повестку для изобретателей. В издании, помимо статей, публикуется набор гайдов, мастер-классов и специализированный контент, что в сумме позволяет собирать разновозрастную аудиторию, заинтересованную в мейкерстве.

Зарубежное мейкерское движение хорошо описано с методической точки зрения, во многом благодаря команде визионеров MakerMedia (<https://makermedia.com>), и позволяет журналистам писать о мероприятиях, опираясь на уже сформированный корпус текстов. Медиациентр «Мейкер фейр» представлен ресурсом, на котором каждый может получить быстрый доступ к новостям, фотографиям, видео, узнать о датах ближайших фестивалей на карте, а также зарегистрироваться на мероприятия (<https://makerfaire.com/media-center>).

Maker Media прогнозирует, что с 2017 -2018 годах в мире появится миллион участников мейкерских фестивалей по всему миру. Эти цифры указывают на то, что у Maker Media потенциально будет надежная аудитория для продажи своей продукции или товаров партнеров. По словам команды Maker Media, новое онлайн-сообщество уже готово к старту и у команды уже собрана база с несколькими тысячами профилей пользователей для проведения маркетинговых исследований.

Мейкерское мероприятие, которое не находится под франшизой Maker Faire, использует стандартные инструменты по информированию аудитории, включая взаимодействие с городскими властями, работу со школами и университетами, государственными и частными СМИ, однако наиболее успешной стратегией является выход на профессиональное сообщество через публикацию анонсов на площадках профильных изданий и блогов. Мейкеры доверяют больше друг другу, чем нейтральным журналистам, поэтому в анонсах больше ценятся высказывания и мнения самих мейкеров.

Сегодня активной поддержкой сообщества пользуются специализированные порталы, ресурсы и блоги, которые информируют мейкеров о крупных и локальных фестивалях, используя для этого как статьи, видеообращения, так и таргетированную рассылку.

Список самых популярных мейкерских изданий:

1. **MAKE Magazine**
2. <https://makezine.com/blog/>
3. **Hakernoon.com**
4. **Hackster.io**
5. **hardwaremassive.com**
6. <https://nationofmakers.us/>

Мероприятия, ориентированные на профессиональную аудиторию, тратят меньше ресурсов на пиар-кампанию, концентрируя силы на подготовке рекомендательной базы для руководителей фаблабов и мейкерспейсов. Информация о результатах конференции Fab публикуется на официальных сайтах мероприятия, отчеты выкладывают в облачную среду сообщества (FabCloud). Часть информации можно найти на страницах сообщества (Facebook, Twitter, Instagram). О результатах проведения можно найти статьи и сюжеты в СМИ (<http://www.makery.info/en/2017/09/07/au-chili-fab13-pose-les-fablabs-comme-modele-de-societe/>).

В поддержку российского движения изобретателей публикуются научно-популярные статьи. Этот инструмент привлечения аудитории активно используется командой Фестиваля науки: <http://www.festivalnauki.ru/articles>. Примеры тем: «Геном и постгеном», «Свет в конце нейрона», «Последний полет «Дискавери». Увеличение охвата аудитории достигается привлечением информационных партнеров, например робототехнические фестивали поддерживаются журналами «Популярная механика», «N+1», «Кот Шредингера» и онлайн-изданием «Мел».

Большинство мейкеров, однако, читают специализированные медиа, смотрят и публикуют обучающие видео на специализированных youtube-каналах и в группах социальных сетей.

Поисковые запросы по слову «мейкер» отсылают к 152 миллионам источников, а Maker Media – 52 миллионам, аналогичный запрос на русском языке дает ссылку к 4 миллионам статей. Медийный охват аудитории, заинтересованной мейкерством, в мире сегодня составляет более 40 миллионов человек. Из них потенциальный охват целевой аудитории в возрасте от 12 до 17 лет составил 3 768 458 человек; от 18 до 24 лет – 6 818 821 человек; от 24 до 35 лет – 10 417 828 человек.

NEW TOOLS OF INNOVATION: WAZER, SHAPER, AND MORE

Make:

+22 DIY Projects:

- Deer-Head Hat Rack
- Leaf-Blower Pitching Machine
- Raspberry Pi Weather Station
- Brew Your Own Mead



Ultimate Guide to Desktop Fabrication 2017



THIS YEAR'S BEST 3D PRINTER PRUSA i3 MK2

REGULAR AND EXOTIC FILAMENTS

TOTALLY OPEN SOURCE

BEST-PRINT TESTS EVERY

JUMBO VOLUME 9.84" x 9.3" x 8"

30
HOT NEW MACHINES TESTED AND REVIEWED
3D PRINTERS
CNCs
LASERS
AND
HYBRIDS

SKILL BUILDERS:

How to Use a Miter Box
What Is G-Code Anyway?

3D-Print a High-Power
ELECTRIC UNICYCLE

Финансовая политика и работа с партнерами

Глава 7. Финансовая политика и работа с партнерами

Бюджет мейкерского мероприятия, в зависимости от масштаба фестиваля и места проведения, может значительно варьироваться. Небольшие фестивали, рассчитанные на аудиторию городского сообщества, начинаются с бюджета в 3 тысячи долларов и позволяют пригласить от 15 до 50 мейкеров. Бюджет крупных фестивалей, рассчитанных на аудиторию от 50 тысяч участников и более 300 мейкеров, начинается со 100 тысяч долларов и тратится на масштабную застройку площадки и сопровождающие расходы. У всех мейкерских фестивалей организаторами создается финансовая модель, позволяющая обеспечивать мероприятие из года в год. Тем не менее существует всего несколько основных способов получения денег на организацию события: государственная поддержка, поиск спонсоров, продажа билетов. Организаторы могут использовать один приоритетный источник финансирования или сразу все.

Первым инструментом является государственная поддержка. В этом случае ресурсное обеспечение не всегда состоит из финансовых вливаний и бывает ограничено привлечением дополнительных ресурсов в виде предоставления бесплатных помещений, покрытия транспортных расходов, питания и издержек на информационную кампанию. Государство также может содействовать привлечению крупных компаний или собственных департаментов и подразделений, которые могут предложить свои активности в программу. Самая масштабная государственная инициатива – Национальная неделя мейкерства в США. Благодаря линии Белого дома множество организаций включены в мероприятия Недели, которые одновременно проводятся по всем штатам. Ниже приведено несколько примеров: *Duplin Public Schools*, обслуживающий 10 000 студентов в Северной Каролине, поместит «STEM Labs» в учебный план по дизайну, а взрослые волонтеры в качестве учебных пособий во всех своих 7 средних школах с планами расширения до всех начальных школ в следующем году

Intermediate Unit 1, охватывая более 56 000 студентов в 25 небольших школьных округах в сельской Пенсильвании, организует работу с бизнес-компаниями такими как как *Chevron*, чтобы создать флагман-

скую «Fab Lab» для обслуживания региона, а также мобильный фаблаб, который будет путешествовать по региону.

League of Innovative Schools, национальная коалиция из 57 государственных школьных округов, которая обслуживает более 3,2 миллиона студентов, обязуется коллективно расширять возможности для студентов участвовать в обучении мейкеров и разрабатывает и транслирует наборы образовательных модулей.

University of Illinois, у которого есть имеет свой *MakerLab*, размещенный бизнес-школе, обязуется расширить охват учащихся и членов сообщества, в интересах развития дизайна и проектирования, в который входят более 100 семинаров и расширенные онлайн-предложения.

Спонсорство

Спонсорство – ключевой инструмент, позволяющий организовать масштабное и яркое мейкерское мероприятие. Благодаря участию в фестивалях, крупные и малые коммерческие компании становятся соучастниками и активистами движения и, с учетом своих технических и финансовых ресурсов, значительно помогают развитию всего сообщества. Партнеры и спонсоры могут обеспечивать как финансовую, так и ресурсную поддержку, покрывая расходы на поставку еды и аренду оборудования. Спонсорские пакеты в среднем начинаются от 500 долларов и до 10–15 тыс. долларов.

Список стандартных предложений для спонсоров, упоминающийся в пакетных предложениях:

1. Экспозиция в выгодном месте на мероприятии, обеспечение помещения для проведения семинаров и презентаций.
2. Использование логотипа компании в бюллетенях и исходящих письмах, в печатных материалах, на вывесках, веб-сайте со ссылкой на сайт спонсора.
3. Упоминания в пресс-релизах и в социальных сетях до и во время мероприятия.
4. Приоритетное упоминание на фестивальных мероприятиях (между выступлениями, во время открытия и закрытия).
5. Предоставление VIP-билетов.

5. Приглашение на закрытое мероприятие фестиваля.

Специфика мейкерских фестивалей позволяет формировать и уникальные предложения для организаций-партнеров. Стоимость таких предложений для компаний и частных лиц колеблется от 2 до 10 тысяч долларов и включает следующие инициативы:

1. Поддержка мастерской/воркшопа/лаборатории на фестивале. Компания благодаря этому обеспечивает проведение бесплатных образовательных активностей для детей и взрослых.

2. Спонсорство участия школьной команды на фестивале. Данный пакет позволяет компании оказать содействие местным педагогам и школьникам, включив их таким образом в движение мейкеров. Деньги тратятся на транспорт участников, еду и раздаточную продукцию. Компания при этом имеет возможность встретить и поприветствовать команды школьников/студентов/преподавателей на фестивале и распространить среди них свою продукцию.

3. Возможность организации своего мероприятия для мейкеров. Партнерские мероприятия часто проводятся под эгидой Национальной недели мейкеров и фестиваля TechFest.

Компанию может заинтересовать и непосредственное взаимодействие с сообществом. Организаторы Maker Faire в Новом Орлеане предлагают спонсорам познакомиться с мейкерами на специально организованных встречах до, во время и после фестиваля. Благодаря этому компания позиционирует себя как стейкхолдер в сообществе, которое вовлечено в создание современных технологий и включает себя в коммуникацию с DIY – сообществом, представляющим чрезвычайно разнообразную аудиторию, заинтересованную в искусстве, ремеслах, технике, музыке, науке и технике. Небольшие фестивали работают с каждым партнером индивидуально. Организаторы могут предложить спонсорам участие в создании конкретного экспоната или арт-объекта и так осуществить интеграцию бренда в одну из инсталляций фестиваля. Так работает команда фестиваля «Пуск» во Владивостоке.

Политика пожертвований

К сбору средств мейкерские мероприятия прибегают, когда не находят в течение длительного времени финансирования от государства или спонсоров. В 2016

году сбор средств запустил Maker Faire в Атланте, опубликовав на сайте, что фестиваль находится в критическом положении. Для его проведения потребовалось 30 000 долларов, на фестиваль можно было пожертвовать \$25, \$50, \$100 или любую другую сумму через PayPal. В мейкерском сообществе могут собирать пожертвования и компании, которые представляют специализированные фонды, например на комплексную закупку оборудования участники мейкерского сообщества могли пожертвовать небольшие суммы в пользу программ Foundation Effect Foundation, деньги сообщества пошли на организацию Maker Faire Orlando и MakerFX Makerspace.

Сбор средств перед фестивалем может открываться в пользу конкретного экспоната или проекта. Например, был организован сбор с лимитом всего 500 долларов в пользу разработки компьютерной игры в космической тематике (<https://www.gofundme.com/cosmosiumNYC/donate>).

Дополнительный бюджет команда фестиваля может формировать из средств, вырученных с покупки билетов. При этом, по большей части, мероприятия, направленные на развитие мейкерства как движения и на комплекс образовательных активностей, проходят в свободном доступе, а стоимость билетов для участников на мероприятия с фокусом на развлекательные активности, включая музыкальную, театральную и арт-составляющую, может варьироваться. Самым известным платным мероприятием для изобретателей является «Берниг мен», стоимость стандартных билетов на который составляет 450 долларов. В России пользуется популярностью среди молодежи фестиваль ALFA FUTURE PEOPLE, ориентированный на технологии и музыку. Цена билета для посетителей составляет 5 000–33 500 рублей. В стоимость билета входят: размещение в палатке, подъезд к территории, Wi-Fi, доступ в VIP-зону.

Финансовый механизм поддержки участников

Микрогранты - успешный формат поощрения Микрогранты – успешный формат поощрения небольших команд, которые заинтересованы в развитии мейкерства. Организаторы фестиваля по данной модели заранее объявляют конкурс, по правилам которого команда-заявитель получает небольшую сумму на разворачивание инициативы. Сумма микрогранта колеблется

от 1–2 тыс. долларов до 100 долларов на небольшие DIY-проекты. Nation of Makers, Cognizant и Maker City Project помогают 11 общинам США организовать мейкерские площадки. Администрации микрорайонов по этой программе получают 500–1000 долларов США и дополнительные ресурсы от проекта Maker City Project, чтобы поддержать локальное мейкерское сообщество. Годовой оборот компании (единственная задача которой – организация небольших фестивалей) составляет приблизительно 30 000 000 долл. США.

Программа микрогрантов в российской практике применяется на фестивалях «Старкон» (Санкт-Петербург) и «Пуск» (Владивосток). Деньги распределяются между командами фестиваля и тратятся на расходные материалы для подготовки выставочной экспозиции.

Обычно на территории фестиваля Burning Man располагается около 1000 арт-объектов. Примерно 200 из них создаются при финансовой поддержке организаторов, остальные – только силами их разработчиков. Каждый год организаторы тратят 1 500 000 долл. США на гранты. Бюджет грантовой программы формируется из средств от продажи билетов и пожертвований членов сообщества. Также региональные фестивали, когда проводят ивенты, отправляют остаток бюджета в фонд глобальных грантов, чтобы помочь художникам. Например, в 2015 году участники Burning Man пожертвовали более 1 000 000 долл. США, 53 % всех денег ушли на поддержку арт-объектов



ОЦЕНКА УСПЕШНОСТИ МЕРОПРИЯТИЯ

Глава 8. Оценка успешности мероприятия

Успешность или эффективность мероприятия – это, в первую очередь, способность приводить к нужным для сообщества и команды результатам. Поэтому важно определить, кому необходима оценка эффективности мероприятия, кто является основными стейкхолдерами, заказчиками мероприятия и каковы их цели. В таком случае критерии оценки успешности можно определить как набор ключевых показателей, достижение которых определяется по итогам мероприятия.

Существуют стандартные для любого планирования показатели, например продажи билетов и посещаемость. Однако это создает лишь поверхностное представление о мероприятии. Технологии SMM, веб-аналитики, email-менеджмента и мобильных приложений сегодня стали основным инструментом аналитика, с помощью которого становится возможным измерить практически все, что происходит на каждой стадии организации и проведения мероприятия.

Важно постоянно оценивать эффективность на протяжении подготовки и реализации проекта:

1. Во время подготовки мероприятия.

Основная цель такой оценки – эффективное планирование.

Примеры показателей:

- посещаемость сайта;
- активность пользователей в соцсетях, в частности опросы какой контент наиболее интересен, кол-во подписчиков и прирост людей в социальных группах сообщества;
- предпродажи и продажи билетов;
- количество упоминаний в СМИ.

Примеры:

- изменение статистики в Yandex Wordstat, этот бесплатный инструмент успешно применяется для регулярного мониторинга уровня интереса к мероприятию, изменений его во время рекламных акций. Динамика количества поисковых запросов по мероприятию помогает оценить уровень информационного шума и от что влияет на интерес к мероприятию.

- изменение трафика на сайте мероприятия, с помощью систем аналитики Google Analytics или Yandex Metrika даёт возможность отследить динамику трафика во время рекламной кампании (например, на сайте Berning map ежегодно можно наблюдать увеличение посещаемости в периоды перед

стартом продаж билетов), при наличии дополнительных опций на сайте возможна более глубокая аналитика посетителей: конверсия в регистрацию, подписку на новости, просмотр страницы с контактами и т.п.

2. Во время проведения мероприятия.

Основная цель оценки на данном этапе – максимальное достижение всех задач стоящих перед мероприятием.

Примеры показателей:

- Охват аудитории (если было несколько ЦУ, то по каждой отдельно; например, сколько школьников пришло всего и сколько из них пошли в мейкерские кружки, которые предлагались на мероприятии; отследить проще всего скидкой-сертификатом; эти данные пригодятся для более точного расчета ROI).

- Равномерность распределения потоков аудитории (очереди, наполняемость отдельных форматов и т.п. можно регулировать геймификацией через мобильное приложение, например перенаправлять по механике Pokémon Go).

- Удовлетворенность. Например, с помощью приложения можно оценить в реальном времени, насколько гостям нравится присутствовать на мероприятии. Исходя из этого, можно определить удачные и не совсем удачные элементы и своевременно внести коррективы в программу: изменить звуковое сопровождение или какие-либо пункты меню.

Исходя из этого, можно определить удачные и не очень элементы, и своевременно внести коррективы в программу: изменить звуковое сопровождение или какие-либо пункты меню.

Примеры:

Во время мероприятий, особенно мейкерских или IT, все больше используются мобильные приложения. Основные варианты, которые можно взять на вооружение:

- Реализация через голосование, геймификацию и AR-технологии или регистрация на месте проведения / check-inn (чтобы измерить и усилить вовлечение аудитории в контент события и получать мгновенную аналитику об успешности/популярности форматов и стендов мероприятия).

- Постепенная замена бейджей на бесконтактную или мобильную регистрацию/пропуск, что позволит подсчитывать статистику автоматически и сразу вводить данные в CRM (пока этого еще не реализовывали в рассматриваемых нами мероприятиях, но не-

которые интервьюируемые упоминали о том, что это будущий тренд и просто вопрос времени и обученности аудитории). Например, у Сбербанка есть пилотная технология «Ладосшки» – проход по рисунку сосудистых сеток ладони, которая подходит даже для маленьких детей и является более надежной, чем считывание по отпечаткам пальцев.

- Замена сувенирных наборов-пакетов мобильным приложением. В США этим уже активно пользуются. Digital gift bags – платформа, куда подгружают спецпредложения от партнеров, информацию о мероприятии, ваучеры на подарки (например, обучение в фаблабе или участие в мастер-классе). Найти интересные предложения можно у Virtualeventbags, Eventbaxx. Устройство позволяет измерить эффективность подарков – а это не только дополнительный бонус в общении с партнерами, но и источник big data об аудитории и возможность отследить использование для последующего расчета того же ROI

3. После мероприятия.

Основная цель - оценка результата, поддержание интереса к проекту в дальнейшем.

Примеры показателей:

- объем финансовых затрат (и разница плановой и фактической смет) либо ROI;
- кол-во задействованных человек (команд) в подготовке
- удовлетворенность участников (остались ли посетители довольны? Что этому способствовало?), и другие всевозможные показатели, примеры которых мы рассмотрим ниже.

Наиболее популярной можно назвать методологию ROI, которая стала отраслевым стандартом для измерения эффективности. Коэффициент окупаемости инвестиций (ROI) – вполне конкретный показатель рентабельности вложений в мероприятие. Как ROI использовать в event-индустрии? Формула расчета не меняется:

$$\text{ROI мероприятия} = (\text{Общий доход} - \text{Себестоимость}) / \text{Затраты на мероприятие} \times 100\%$$

Инвестиции в каждое мероприятие известны – они зафиксированы в смете. Основные сложности могут возникать при расчете “дохода” от мероприятия, особенно учитывая некоммерческую направленность большинства мероприятий для мейкеров именно поэтому они зачастую рассматриваются как затраты, нежели как инвестиция для достижения бизнес-цели. Но это представление можно изменить, если правильно измерять ценность события. Здесь в помощь придет четкая постановка целевых показателей на этапе планирования мероприятия. Важно, показатели, которые мы измеряем (KPI) обязательно должны быть преобразованы в денежную ценность. Например:

- Если мы ставим изначальную стратегическую цель увеличение числа фаблабов/мейкерспейсов в регионе, то показателем будет число открывшихся к определенному (вами изначально) времени фаблабов/мейкерспейсов, для учета этого результата в вычислении ROI нужно его перевести в денежный эквивалент. Для этого важно понимать кому и для чего нужно это увеличение, на что оно влияет (занятость, налоги, создание особенных продуктов и т.п.) и тогда он легко переводится в денежный эквивалент и суммируется к другим показателям для расчета ROI.

Если мы хотим учесть выгоду, которую получают участники-мейкеры и показать им в чем ценность для них, то в качестве показателей можем выбрать кол-во записавшихся на занятия людей, или кол-во новых потенциальных заказчиков, бизнес-контактов, такие показатели переводятся в денежный эквивалент вполне привычным для расчета ROI способом (как в продажах).

Методология ROI устанавливает цели и результаты измерений на шести уровнях.

Необязательно использовать какую-либо методологию в чистом виде, можно использовать подходящие именно вам элементы для систематизации выбранных критериев оценки в зависимости от целей проведения мероприятия. Например, по итогам интервью и анализа ряда мейкерских мероприятий можно выделить следующие сферы для возможной оценки:

Сфера влияния	Что и как можно оценить
Аудитория	<ol style="list-style-type: none"> 1. Количество мейкеров и/или ресурсных центров принимающих участие в организации мероприятия. 2. Процент от общего числа ресурсных центров региона проведения мероприятия. 3. Кол-во крупных ресурсных центров и единичных представителей мейкерского сообщества. 4. Кол-во гостей зарегистрировавшихся на мероприятие 5. Кол-во гостей посетивших мероприятие по факту 6. % по возрастам участников 7. % “возврата аудитории” к мероприятию 8. Сколько участников заинтересовались и сколько зарегистрировались и сколько пришли на мероприятие? 9. Каково соотношение зарегистрировавшихся и действительно пришедших на мероприятие участников? 10. Каково качество аудитории? Соответствует ли статус участников заявленной аудитории? 11. Какова цена привлечения участника? Цена привлечения участника – очень важная величина. Тенденция последних лет такова, что она постоянно растет. Люди уже участвовали во многих мероприятиях, и бороться за их внимание становится все труднее. 12. Насколько стабильной оказалась аудитория мероприятия? Сколько участников остались до конца или повторно приходят на ежегодные события?
Форматы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Количество разнообразных проведенных форматов 2. Кол-во мейкеров и/или ресурсных центров по каждому из форматов (% от общего числа) 3. Краткое описание каждого формата (интерактивность, кол-во вовлекаемой аудитории, необходимые ресурсы, и т.п.) 4. Удовлетворенность форматами можно оценить посредством опросов участников после окончания, или во время мероприятия - посещаемость, возврат аудитории, голосование участников и т.п. 5. Как участники оценили мероприятие в целом (не столько организацию, сколько полезность для себя)? 6. Насколько мероприятие соответствовало ожиданиям участников?

Партнеры	<ol style="list-style-type: none"> 1. Кол-во партнеров и спонсоров мероприятия 2. Качественный анализ партнеров и спонсоров (отраслевая принадлежность, размеры компаний и т.п.) 3. Объем привлеченных спонсорских средств 4. Насколько были замечены участниками логотипы спонсоров, как гости проявляли интерес к маркетинговым материалам и прочему?
Стоимость мероприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Общая стоимость проведения мероприятия Структура затрат (% от общей суммы, распределение на основные блоки) 2. ROI
Влияние на сообщество мейкеров	<ol style="list-style-type: none"> 1. Влияние на посещаемость детских/молодежных “кружков” и ресурсных центров или дополнительный приток в фаблабы людей можно оценить сравнив % прироста за одинаковый период до мероприятия и после мероприятия. Либо создать цифровой след, например, давать скидку для участников мероприятия при записи в кружок, чтобы отследить количество. 2. Кол-во новых ресурсных центров, отдельных мейкеров появившихся после мероприятия, например посредством опросов перед следующим мероприятием. 3. Сколько людей - участников мероприятия посетили или обратились к мейкерам представленным на мероприятии в ближайшие два-три месяца
Охват в СМИ	<ol style="list-style-type: none"> 1. федеральные и региональные/местные 2. Охват по типам СМИ 3. Прирост участников в группах мероприятия в социальных сетях 4. Насколько эффективны различные рекламные каналы для привлечения участников и их сравнение?

Рекомендации организатору мероприятия

1. Первый шаг в выборе показателей эффективности мероприятия - это выбор и утверждение концепции мероприятия. Выбрав стратегическую цель, и прописав основные задачи по ее достижению можно приступать к формированию системы оценки его успешности. Определение целей предстоящего мероприятия – первый шаг на пути к оценке его эффективности. Знание целей мероприятия позволит оценить его успех. Каждой задаче можно подобрать от одного до нескольких показателей, при этом важно не забывать кому необходима оценка эффективности мероприятия.

2. Измеряйте мероприятие во все моменты его жизни. Если вы придадите значение только итоговым показателям, в результате вы получите сухой отчет. Так у вас будет тактическое преимущество, которое поможет принимать правильные решения.

Пример: Поставьте себе подзадачу увеличить трафик на сайте, количество фолловеров в твиттере и упоминаний в соцсетях. Разбейте ваш марафон на 2- или 3-недельные отрезки. Задайте цели, измерьте результаты, выясните, что сработало, а что – нет. Используйте эту информацию в качестве фидбека для следующего отрезка дистанции.

3. Желательно совмещать объективные и субъективные показатели, качественные и количественные, краткосрочные и долгосрочные, чтобы сформировать наиболее четкую картину и ясное понимание.

4. Собирайте не только отзывы о мероприятии. Эта информация действительно ценна. Однако реальные действия людей куда информативнее их мнений. Например, чтобы узнать, насколько посетители были удовлетворены выставкой, нужно подумать о тех типах поведения, которые было бы возможно измерить.

Пример показателей:

- время, проведенное возле стенда;
- количество стендов, которые гости посетили;
- повторные визиты посетителей.

Способы измерения для таких показателей продумываются заранее, например, через мобильное приложение или геймификацию (или просто наклейки участникам для наиболее понравившихся стендов и т.п.).

5. Обратитесь с короткими онлайн вопросами к тем, кто проявлял интерес, но не присутствовал на мероприятии. Если эти люди интересовались событием, они уже чем-то могут быть полезны. Выяснив причину (у них не хватило времени, денег или других возможностей, чтобы присутствовать) вы сможете внести соответствующие корректировки и расширить охват аудитории.

6. Стоит выделить/нанять специальную команду, специализирующуюся на оценке эффективности мероприятия, которая разработает методику и проведет оценку мероприятия на всех стадиях от планирования до завершения и напишет детализированный отчет.

Если не оценивать эффективность мероприятия, вы теряете возможность определить свои сильные и слабые стороны.

Общие рекомендации к организации мероприятия

Мероприятие — это другая жизнь, общий праздник для всех участников, который легко разрушить провалами в организации. Ощущение «неидеальности» события может в любой момент болезненно вернуть участника в действительность. Финальное восприятие мероприятия у зрителей складывается из мелочей: «дожали» или «не дожали» организаторы, смогли сохранить ощущение сказки до конца мероприятия или нет? Зачастую организаторы сильно переоценивают важность собственных маркетинговых материалов для участников. До 90% буклетов остаются невостребованными, их килограммами выбрасывают после мероприятий, но что еще хуже, посетители разбрасывают ненужные им буклеты на самой площадке. Социальные сети содержат множество негативных отзывов о мейкерских мероприятиях исключительно из-за проблемы с очередями. Очередей при этом практически не избежать, поэтому следует заранее продумать как развлечь посетителя на время ожидания. В очереди человек сначала начинает скучать, у него пропадает праздничное настроение, он озирается вокруг на товарищей по несчастью и потом начинает злиться. Посетители с детьми отмечают что им больше всего нравится участвовать в воркшопах и интерактивных образовательных площадках, однако сетуют если эти активности не были в достаточной степени безопасными для детей. Негатив у родителей вызывают всплески пламени и острые предметы, хотя у молодежного сообщества именно такие объекты и вызывают наибольший восторг.

Если рассматривать событие в целом, то в организации мейкерской ярмарки одинаково важно учитывать как общие вопросы, которые возникают при организации любого мероприятия, так и специфику самого движения, особенности коммуникации с мейкерским сообществом. Организаторам следует убедиться, что концепция мероприятия сформирована с учетом призыва к решению социально-значимой проблемы или запроса со стороны общества и позволяет заинтересовать крупных партнеров, для которых эта задача также актуальна. Интересной задачей по работе с участниками это работа с уже сформированными сообществами со своим культурным кодом, идеями и проектами для организации совместной деятельности. Музыканты, уличные художники, театры, музеи обогатят любой фестиваль и сделают его программу ярче. Хорошо организованный фестиваль не заканчивается ярким финалом и продолжается круглогодично, базируясь на существующих площадках - школах, ЦМИТах, университетах и работая с аудиторией в социальных сетях.

СОДЕРЖАНИЕ

Мероприятия

MAKER FAIRE	59
NATIONAL WEEK OF MAKING	63
EUROPEAN MAKER WEEK	71
NATIONAL FESTIVAL OF MAKING	80
MAKER FAIRE MOSCOW	84
TECHFEST BOMBAY	89
КОНФЕРЕНЦИЯ FAB	97
ФЕСТИВАЛЬ «ПУСК»	101
ФЕСТИВАЛЬ «ПОЛИТЕХ»	111
РОБОФЕСТ	125

Интервью

ДЭВИД ЛИ	75
АННА ВАКУЛИК	86
ДИВАНЖУ ПРАСАД	95
ЕКАТЕРИНА БЕЛЯЕВА	105
ДМИТРИЙ БРИЗИЦКИЙ	127
АМИР РОБЕРТО	135
АНДЕРС БЕРГРЕН	137
ИГОРЬ АСОНОВ	141
ПОЛИНА ДЯТЛОВА	146





MAKER FAIRE

<https://makerfaire.com/>

Международный фестиваль, который отражает творческий подход и дух сообщества мейкеров. Технологические энтузиасты, ремесленники, преподаватели, вокалисты, инженеры, представители научных клубов, авторы, художники, студенты и предприниматели благодаря Maker Faire собираются вместе, чтобы показать свои проекты и рассказать о своем опыте. Площадка фестивалей Maker Faire предоставляет огромный спектр возможностей для практической DIY (do-it-yourself) деятельности как для взрослых, так и для детей.

Цель Maker Faire – сделать видимыми проекты и идеи мейкеров.

Maker Faire, как и любая ярмарка, может включать в себя традиционные формы творчества, но в первую очередь предназначена для перспективного изучения новых направлений деятельности и новых технологий.

Первый Maker Faire стартовал в 2006 году в Сан-Матео (Калифорния), и был организован редакторами журнала Make.

Охват:

Флагманские фестивали Maker Faire проходят в Bay Area и в Нью-Йорке, привлекают к участию ежегодно более тысячи мейкеров и собирают от 90 000 до 150 000 посетителей. В 2016 году более 1 450 000 человек участвовали в 191 ярмарке Maker Faires в 38 странах мира. В 2017 году фестиваль выглядит более масштабно – 200 ярмарок в более чем 40 странах.

Более 30 крупномасштабных лицензированных фестивалей проходят в таких городах, как Рим, Берлин, Париж, Токио, Барселона, Шэньчжэнь, Гонконг, Сеул, Каир, Кувейт, Детройт, Канзас-Сити, Милуоки и Сан-Диего. Mini Maker Faires по определению меньше по размеру, но тем не менее также выполняет основные цели по развитию сообщества мейкеров. Mini Maker Faires по духу и тематике не отличаются от крупных фестивалей, но более камерные. Они собирают от 15 проектов до 150, выступая как крупное городское и региональное мероприятие. Программа K-12 School Maker Faire опирается на опыт успешных практик Maker Faire, адаптированный для школьного сообщества.

Дизайн Maker Faires спроектирован так, что фестиваль можно воспроизвести практически в любом месте. Программа лицензирования Mini Maker Faire позволяет заинтересованным организациям и частным лицам подать заявку на организацию Mini Maker Faire в своих собственных сообществах.



Темы:

Робототехника, косплей и костюмы, дроны, дизайн, научные проекты, проекты в области биологии/биотехнологии и химии, виртуальная и дополненная реальность, интерактивные проекты кинетического искусства, ремесло, электронные текстильные изделия и износостойкие материалы, жилища (крошечные дома, палатки, купола и т. Д.), устойчивость и экологичность, инновационные производители продовольствия, радио, винтажные компьютеры и игровые системы, электрические и альтернативные энергетические транспортные средства, куклы, кайты, игрушки, необычные музыкальные инструменты или машины и другие.

Принципы организации фестиваля: что нужно сделать организатору Maker Fair, чтобы состоялось успешное мероприятие:

1. Сформировать сеть мейкеров

Первым ключом к созданию успешного мероприятия является создание сети мейкеров и обеспечение того, чтобы эта сеть действительно включала все виды решений, которые можно найти в сообществе. Не достаточно организовать членов хакерского пространства или клуба робототехники или местных мастеров. Организаторам фестиваля необходимо найти художников и инженеров, ученых и ремесленников, а также разных производителей, которые не вписываются ни в одну категорию. Участниками выставочной части могут быть отдельные мейкеры или команды, компании или такие учреждения, как музеи или библиотеки. Многолетний опыт организации Maker Faire состоит в том, что около 50% мейкеров становятся участниками фестиваля через открытый процесс подачи заявок, а около 50% появляются благодаря активному исследованию сообщества, выявлению талантливых мейкеров и механизмов работы сообщества. Основная группа организаторов должна выступать в качестве кураторов по поиску и обзору работ в сообществе и пониманию того, как наилучшим образом они могут быть представлены.

2. Собрать сильную команду организаторов

Организация фестиваля требует тщательной подготовки и планирования до события и сложной координации с более крупной командой во время мероприятия, поэтому лидер MF Maker Faire должен обладать видением и страстью, чтобы сформировать необходимую концепцию и атмосферу мероприятия.

3. Выбрать подходящую принимающую площадку и выстроить с ней коммуникацию

Проведение и камерного и масштабного мероприятия выставляет определенные требования к принимающей площадке. Часто принимающая сторона берет на себя часть вопросов, связанных с инфраструктурой и может оказать дополнительное содействие в части маркетингового сопровождения, пула волонтеров, ресурсной поддержки. Хорошим вариантом для этого может выступить некоммерческая организация: школа, библиотека, музей или научный центр. Проведение Maker Faire может помочь НКО достичь важных целей. Например, у любительского клуба может быть цель привлечь новых членов; научный центр может иметь программы аутич-работы, которые они хотели бы привлечь к тем, кто еще не отправился в центр. Фактически, использование разных аудиторий, сетей и ресурсов нескольких групп может действительно помочь вашему мероприятию добиться успеха, особенно когда речь заходит о создании расширенного сообщества добровольцев, стоящих за вами, чтобы физически производить и обслуживать мероприятие.

4. Застройка площадки

Площадка – это «кадр» мероприятия. Дизайн и атмосфера пространства чрезвычайно влияют на впечатление от выставки у участников и посетителей. При застройке необходимо учесть внутреннее и наружное пространство, наличие зоны парковки, есть ли удобный транспортный доступ для семей, есть ли возможность подъехать к площадке на грузовом транспорте и т.д., есть ли достаточное электроснабжение и доступ в Интернет, возможность защититься от плохой погоды. Принимающая площадка часто обеспечивает логистические решения, помогая организаторам сократить расходы.

5. Выбор даты и времени

Как правило, Mini Maker Faires – это однодневное мероприятие, которое проходит в субботу или воскресенье, и длится от 3 до 10 часов. Некоторые ярмарки работают и дольше. Большинство из них проходят в летний период, чтобы воспользоваться преимуществами площадки на открытом воздухе.

Выбирая дату, организатору следует учитывать лучшее время года для своего мероприятия и, конечно же, избегать наложения с государственными праздниками и другими городскими событиями, которые могут конкурировать за аудиторию. Стоит удостовериться, что у организаторов достаточно времени для подготовки мероприятия. Как

правило, стоит начинать процесс подготовки за 6-12 месяцев до события.

6. Ресурсы

Mini Maker Faires проходили с бюджетами от 3 тыс. долларов до 100 тыс. Некоторые фестивали находят финансирование за счет спонсоров или продают билеты, чтобы покрыть расходы. Также спонсоры могут предоставлять воду/питание или оборудование для снижения затрат организаторов.

Список расходов обычно включает: аренду помещений, мебели (как минимум, столы и стулья), электрику, рекламу, страхование, обеспечение безопасности, лицензии и разрешения, дизайн и печать имиджевой продукции, аренду оборудования.

7. Организация пиар-сопровождения

Журнал Make и Maker Faire работали в тесном сотрудничестве с 2005 года, чтобы рассказать историю о том, что значит быть Мейкером. Благодаря блогу, журналу, видеоканалу, магазину и нашим очным событиям Maker Faire удалось привлечь внимание миллионов людей во всем мире. Информация о флагманских Maker Faires (Нью-Йорк и Bay Area) была представлена в большинстве крупных СМИ, в том числе New York Times, Wall Street Journal, NPR, BBC, ABC и CNN.

Охват по социальным сетям: Facebook: подписчики 125 тыс.

Твиттер: 96 тыс. Instagram: 29К

8. Брендинг

Каждая ярмарка имеет свой логотип и дизайн шаблона веб-сайта, который основывается на отличной визуальной идентификации Maker Faire. Также имеются рекомендации по брендингу и указания о том, как использовать бренд в печати, Интернете и на месте.

9. Сеть

Организаторам сообщества предлагается присоединиться к онлайн-сообществу Maker Faire для личных встреч на флагманских событиях Maker Faire. Глобальная сеть организаторов Maker Faire использует лучшие практики, предлагая решения и предоставляя методическую поддержку. В настоящее время есть более 600 организаторов Maker Faire. Мы предлагаем встречи и семинары (и VIP-доступ) на флагманских мероприятиях, а также ежегодную конференцию для организаторов. Истории и новости Faire регулярно публикуются в блоге Make: blog. Организаторам Faire также рекомендуется писать и отправлять профили разработчиков и другие новости непосредственно на makezine.com/contribute.

10. Участники фестиваля не платят за участие, если только они не являются «ком-



мерческим производителем». При этом, фестиваль Maker Faire не является исключительно торговой выставкой; процент коммерческих производителей должен составлять не более 25% от общего количества экспонентов. Как коммерческие производители, так и ремесленники являются частью Maker Faire. Область ремесленного искусства посвящена людям, которые продают свои товары, все продавцы работают вместе, чтобы создать атмосферу творчества в рамках Maker Faire.

11. Лекции

Запланированное выступление на 12, 25 или 45 минут, обычно на сцене.

12. Музыканты и артисты, которые хотели бы выступать в Maker Faire. Спектакли обычно проходят на сцене и планируются примерно на 50 минут.

13. Презентации проектов

На фестиваль активно приглашаются лица и группы которые хотели бы обсудить идею или проект, представляющий интерес для сообщества разработчиков. Презентации проектов обычно длятся 12 или 25 минут;

Обзор проектов:

<https://www.tomsguide.com/us/pictures-story/373-maker-faire-diy-projects.html#s5>

Приложения:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf8WCvfJDdPr5_PWKSQ9rpiln_WzFadi9RbtZvmCsL-ZNTNLQ/viewform

<https://vimeo.com/49924790> – зачем спонсорам мероприятия мейкеров



NATIONAL WEEK OF MAKING

В июне 2014 года президент США Барак Обама запустил инициативу «Нация мейкеров», чтобы предоставить студентам, предпринимателям и гражданам США доступ к новому классу технологий, включая 3D-принтеры, лазерные станки и др., которые позволяют большому количеству американцев проектировать, строить и производить практически все.

Федеральные агентства, компании, некоммерческие организации, города и школы в совокупности берут на себя обязательства по созданию в США более 1000 пространств, ориентированных на мейкеров. В реализации проекта принимают участие федеральные агентства, в том числе Департамент по делам ветеранов (VA) и Агентство США по международному развитию (USAID), корпорации национальной и общественной службы, Департамент сельского хозяйства, Департамент энергетики, Департамент внутренней безопасности, Управление общих служб, Институт музейных и библиотечных служб, Национальное управление по авиации и исследованию космического пространства, Национальный музей авиации и космоса, Национальный фонд искусств, Национальный институт стандартов и технологий, Национальный научный фонд, Армия США, ВМС США, которые проводят соревнования и конкурсы, развивающие таланты. Впервые национальная неделя мейкерства прошла в 2014 году 12 - 18 июня. В течение недели было проведено множество смежных мероприятий, которые проходят по всей стране в библиотеках, музеях, школах, университетах и общественных местах. Более 150 руководителей высшего звена и 12 высших учебных заведений, представляющих более 4 миллионов студентов, прилагают все усилия в интересах расширения участия в организации мероприятия.

Школы предоставляют специализированные рабочие помещения в своих зданиях для изготовления и мастеринга. Кроме того, школы назначают «Resident -maker», выбирая его из участников сообщества. Инициатива по массовому включению школ направлена на развитие профессиональных возможностей учителей для включения проектного подхода в образование, предоставляя студентам возможность реализовать инженерные и дизайн проекты.

В преддверии Недели мейкерства организаторы публикуют биографию и достижения самых известных и экстраординарных мейкеров. Информацию показывать профили невероятных мейкеров.

Любой человек или организация может заявить свое мероприятие для недели мейкера, независимо от того представляет ли он свои личные интересы или выступает от лица компании разработчиков, хакерского пространства, общественного центра, университета, компании, некоммерческой организации, федерального или местного агентства. Мероприятие может быть большим или маленьким, для молодежи, взрослых или для любой возрастной группы.

Для того чтобы вдохновить или обучить новых участников и организаторов мероприятия используются специализированные информационные ресурсы:

<https://www.thingiverse.com/thing:2338278>



Блог: <https://medium.com/a-nation-of-makers>

Пример мероприятия в рамках недели мейкерства:

В четверг, 23 июня, при поддержке Национального института здоровья будет проходить интерактивное мероприятие «Making Health» в Центре «Ости» на площадке Джорджтаунского университета. Мероприятие будет посвящено обсуждению историй том, как практикующие врачи, пациенты, дизайнеры, инженеры, предприниматели и другие мейкеры создают разные виды медицинских решений.

Ежегодно Национальная неделя мейкера состоит из более 100 отдельных мероприятий по всей стране. Полный список событий можно скачать адресу: <http://www.weekofmaking.org/events/>;

Примеры отдельных мероприятий:

Seattle, WA – SoDo Makerspace будет проводить строительный форум в сотрудничестве с Фондом Нила Сквайра, сосредоточенными на разработке вспомогательных технологий для расширения возможностей людей с ограниченными возможностями.

Waco, TX – В Музее Майборна пройдет Summer in Design Den, в который войдут темы по созданию электронных схем, обучению шитью и ткацкому делу.

Vista, CA – В Американском музее газовых и паровых двигателей будет располагаться мини-мастер-класс North County Faire.

Maker Town Halls под эгидой Национальной недели это форум, собирающий ключевые заинтересованные стороны для обсуждения роли Движения мейкеров в таких областях, как образование, предпринимательство, подготовка кадров, производство, активизация сообщества и решение проблем на уровне городских сообществ.

Также благодаря инициативе Нация мейкеров запущена система микрогрантов для модернизации микрорайонов (Town Maker). Администрация микрорайонов может получить 500-1000 долларов США и дополнительные ресурсы от проекта Maker City Project. Например, подробное методическое пособие - книга City Maker.

Компания Cognizant, в поддержку Национальной недели мейкера вовлекает 40 000 молодых людей в решение STEM – задач через участие в National Boy Scout Jamboree 2017. Джембори принимает 40 000 скаутов-энтузиастов каждые четыре года в заповеднике «Бектел» в Западной Вирджинии, а также в доме Всемирного Джембори в 2019 году.

Являясь ведущим спонсором Национального Фестиваля Innovation Hub Makerspace

представляет более 10 площадок, предоставляющих мейкерам инструменты и материалы для воплощения их идей в жизнь. На некоторых станциях представлены электроника, программирование, 2D-изготовление, цифровое искусство и мультимедиа, фрезерование с ЧПУ, литье и шитье, а также Fix-It-Café и Bio-Hazard Challenge.

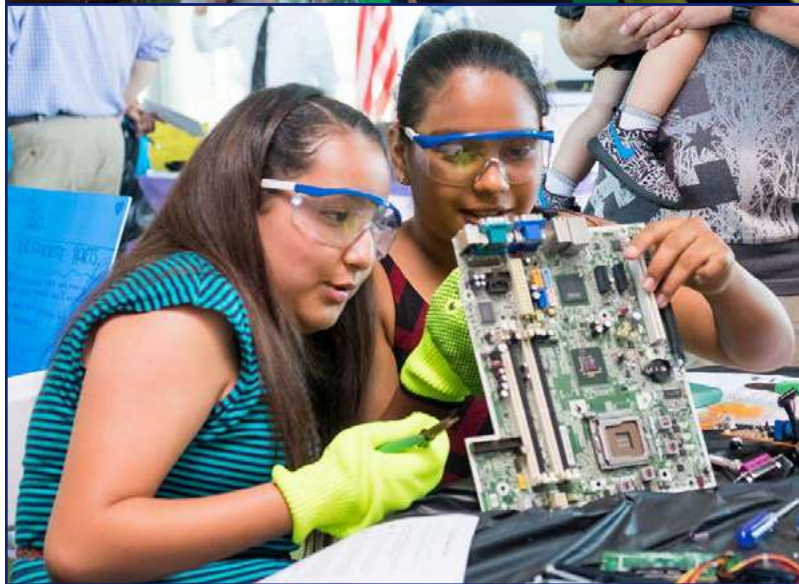
Maker Media совместно с Intel запускают Maker Share, платформу для содействия сотрудничеству между производителями по всему миру. Maker Share – платформа для мейкеров, с помощью которой они могут показать и рассказать, что они могут сделать. Maker Share позволяет мейкерам создавать собственное портфолио, участвовать в мероприятиях сообщества и развивать свои навыки в Учебном центре. Maker Share – это проект от Make и Intel.

Infosys Foundation USA на Национальной неделе мейкеров проводит церемонию - Infy Maker Awards. На церемонии объявляются 25 победителей, работающих над проектами в области здравоохранения, экологической устойчивости, образования. Каждая победитель получает 10 000 долларов. Победившие проекты имеют общие отличительные черты: творческий подход, изобретательность и оригинальность.

Примеры проектов: блок аккумуляторной батареи, преобразованный в кулер для хранения свежих продуктов в отдаленных местах, недорогое, походное жилье, которое может быть создано на месте для беженцев и жертв стихийных бедствий, прочный амортизирующий вкладыш, вдохновленный естественной способностью ежей выдерживать высокоскоростные удары, которые можно использовать в спортивных шлемах.

Infosys Foundation USA запустила кампанию #WhyIMake, предлагающую сетевому сообществу разработчиков поделиться своими историями и вдохновить других. Ранее в роликах компании приняли участие Адам Сэвидж (основатель Tested.com) и Нолан Бушнелл (основателя Atari).

Digital Promise – проект, который обеспечивает основу разработки и интеграции обучения учителей в своих школах. Проект включает запуск онлайн-курса, поощряющего практико-ориентированное обучение через изобретательство. Digital Promise публикует материалы - «Основы обучения учителей» для школьных и локальных активистов. Эта система предоставляет ресурсы и инструменты для руководителей школ и районов для разработки и интеграции обучения учителей. В рамках празднования Национальной недели мейкерства Digital Promise демонстрирует разнообразие Движения мейкеров с помощью видеороликов, в которых участвуют мейкеры, работающие в разных школах по всей стране.



EUROPEAN MAKER WEEK

<http://europeanmakerweek.eu/eu-maker-faire/>
блог: <http://europeanmakerweek.eu/blog/>

European Maker Week - это инициатива, проводимая при поддержке Европейской комиссии и реализуемая компанией «Maker Faire Rome» в сотрудничестве с компанией Startup Europe.

Цели European Maker Week:

- 1)Повысить осведомленность граждан о важности культуры мейкеров
- 2)Выстроить коммуникацию между местными властями, СМИ и основными игроками сообщества.

Европейская неделя мейкеров это огромное зонтичное мероприятие, в рамках которого местные инициативы могут проявить себя и стать частью европейской сети мейкеров. Все фаблабы, мейкерспейсы, хакерспейсы, школы и университеты, исследовательские центры организуют мероприятия в течение одной недели. В 2018 году эта неделя пройдет с 18 по 27 мая.

Форматы:

- Семинары и информационные курсы;
- Конференции;
- Проектные выставки и презентации проектов;
- Встречи с сообществами;
- Встречи с местными институтами для продвижения государственной политики в области цифровых технологий, организации совместного производственного пространства.

Коммуникация с партнерами Европейской недели мейкера выстраивается на основе интесеса партнера ввиду большой видимости события. Единовременно проводятся сотни

мероприятий. Европейскую неделю мейкера освещает компания Press & Social Media.

Заявить свое мероприятие для недели может любой, заполнив форму.

В анкете заявители должны обозначить: место, где будет происходить событие, указать данные об организаторах, цель мероприятия, перечислить возможности для потенциальных партнеров, описать формат, выбранный для мероприятия, процедуру отбора участников и потенциальных гостей, определить методы продвижения мероприятия.

Все пространства, в которых размещены события, должны быть надлежащим образом оборудованы для выполнения предлагаемых действий, например: системы видео-проекции и подключения к Интернету.

Местные организаторы должны обеспечить покрытие фото / видео / социальной сети, чтобы гарантировать максимальную видимость всех местных событий с помощью хэштегов.

Заранее известно, что все мейкерспейсы, фаблабы, школы и университеты, цифровые производственные лаборатории, будут допущены к участию.

Во время мероприятий Европейской недели мейкеров запрещается всякий вид торговли. Мероприятия могут поддерживаться местными спонсорами, чье визу-

альное присутствие не может быть крупнее названия «European Maker Week». Местный организатор должен четко сообщить, что спонсор участвует на местном уровне. Спонсорство без одобрения Европейской недели или Европейской комиссии не допускается.

Хотя целью мероприятия является начало диалога, ожидаемые результаты #EMW простираются далеко за пределы конкретного дня каждого события. Вся неделя будет стимулировать развитие партнерских отношений и программ в сообществе мейкеров, чтобы иметь долгосрочное воздействие на различные местные сообщества.

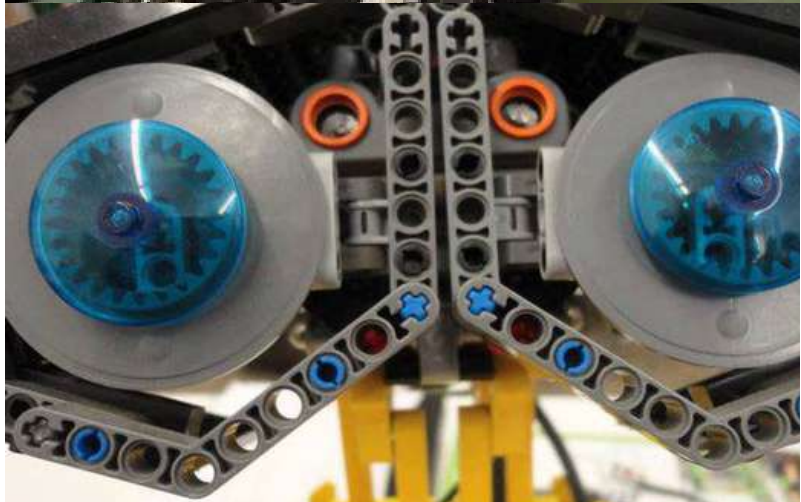
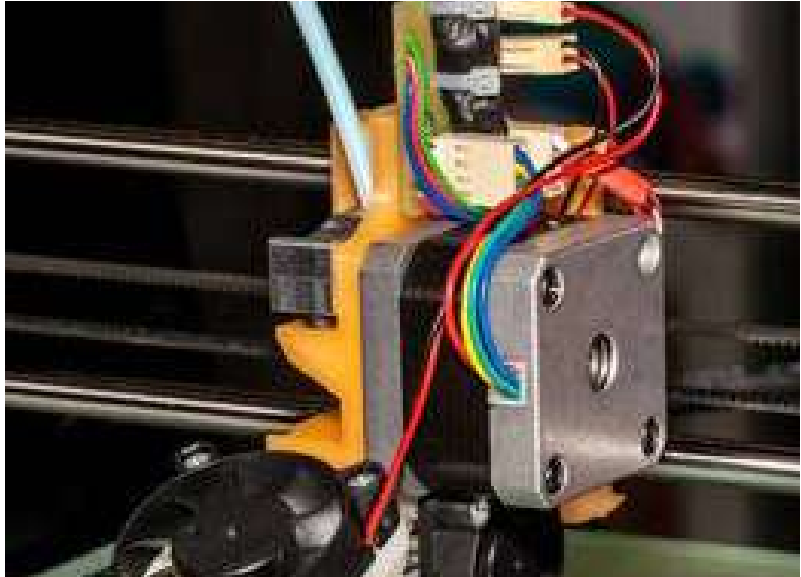
Примеры проектов выставки:

Фило - стартап, основанный в сентябре 2014 года. Система «Фило» позволяет крепить маячки на небольшие ценные предметы, с тем чтобы их проще было искать. Сегодня «Фило» продается онлайн и доступен в нескольких итальянских магазинах. Многие компании уже выбрали Filo как индивидуальный, умный и инновационный корпоративный подарок.

INFN (Национальный институт ядерной физики) представляет проект ArduSiPM – это недорогой детектор космического луча и ядерного излучения. я на основе кремниевого фотоумножителя в сочетании со осциллятором, выполненный в залоге open-source. Устройство может обнаруживать космические лучи и ядерное излучение. Низкая стоимость позволяет использовать ArduSiPM в учебных проектах для исследования космических лучей, и в приложении к задачам ядерной медицины и радиационном мониторинге.

FryskLab, первая в Европе библиотека FabLab: FryskLab Elements - это образовательная программа, ориентированная на обучение школьников 2D, 3D – моделированию, электронике и программированию. Благодаря проекту школьники могут посещать библиотеки с помощью своей мобильной лаборатории, и прямо из дома познакомиться с новыми технологиями и культурой мейкеров. Проект является элементом инициативы «Fab – библиотека» - MediaLiteracyMakers. Инициатива предоставляет инфраструктуру и образовательные курсы благодаря которым учителя и руководители библиотек узнают о новых технологиях, но, что более важно, должны переосмыслить как должна измениться их профессиональная деятельность в цифровую эпоху. MediaLiteracyMakers основан на концепции цифровой грамотности, описанной Дугом Белшоу в его книге «Основные элементы цифровой грамотности».

«Hydroponic House System» (Домашняя гидропонная система)] - это «умная» гидро-





понная система для выращивания растений, контролируемая Arduino и множеством датчиков, которые постоянно контролируют параметры растительной системы. Конструкция модуля, составляющего всю систему, была реализована с помощью программного обеспечения, параметрического проектирования, способного изменять геометрию системы.

Примеры воркшопов:

1) "DIYBiology: Hacking Living Material" ("DIY-биология: как хакнуть живой материал")

Описание семинара: мейкеры и хакеры начинают работать с биологическими системами, что формирует запрос на недорогую и простую в обращении технику, которая будет доступна для обывателей. Такие устройства DIY, часто называемые «хаками», позволяют гражданам, дизайнерам и художникам исследовать возможности работы с живыми материалами.

В ходе семинара участники будут встраивать веб-камеру в микроскоп и использовать его для изучения нескольких биологических материалов.

Автор семинара: Питер Ван Бохеман - хакер, художник, инженер, исследователь и преподаватель, продвигающий технологии Free & Open Source как катализатор социальных инноваций. Он возглавляет Open Wetlab, Open Design Lab и FabLab Amsterdam в Институте общества искусства, науки и техники Waag. Он организовал десятки практических практик «Do It Together Bio», основал и выпустил 150 голландских событий DIYBio Community, управляет магазином микроорганизмов PetShop.bio и представляет канал YouTube для создания и взлома вещей.

2) "Make a DIY textile sensor" (Создаем DIY текстильный сенсор)

Описание семинара: Смарт-текстиль – это ткани, разработанные с использованием новых технологий и позволяющие бесшовно интегрировать текстиль с электронными элементами, такими как микроконтроллеры, датчики и приводы. Носимая электроника привлекла большое внимание, потому что она становится все более доступной.

В ходе семинара участники узнают о текстильных сенсорах и том как их интегрировать в одежду.

Об авторе: Зои Романо живет в Милане. В 2014 году она запустила Fablab под названием WeMake, ориентированный на образовательные технологии и методы быстрого прототипирования. С 2011 года она изучает мир мейкеров с Wefab, серией инициатив по распространению открытого дизайна и цифровой обработки в Италии. В течение 10 лет она участвует в информационном пространстве мейкеров. Она также работает в качестве цифрового стратега в Arduino и входит в состав CDB в Make Foundation в Италии.

Об организаторе фестиваля:

Maker Faire Rome – Европейское издание (<http://www.makerfairerome.eu>) объединяет науку, научную фантастику, технологию, развлечения и бизнес, чтобы создать что-то совершенно новое. Maker Faire Rome - это мероприятие, призванное привлечь внимание на сотни проектов со всей Европы, которые способны катапультировать участников в будущее.

ИНТЕРВЬЮ: ДЭВИД ЛИ

Основатель в Maker Collider



Добрый день! Расскажите, пожалуйста, больше о том, как вы работаете в качестве лидера мейкеров в Китае.

Я начал развитие Движения мейкеров здесь, в Шанхае, впервые в 2010 году. Мы тогда сделали первый MakerSpace в Китае для, как мы называем, первого поколения разработчиков. В Шанхайский мейкерспейс приходят люди, которые хотят использовать свое время, чтобы возиться с железяками. Второй мейкерспейс мы организовали в 2015 году в Шэньчжэне на базе крупного производственного центра на юге Китая. Там фокус участников ориентирован больше на предпринимательство, чтобы использовать все ресурсы и созданные компоненты, чтобы начать собственный бизнес. Таким образом, у нас есть две разные практики. Первый мейкерспейс сделан, главным образом, для некоммерческой модели, а второй, в Шэньчжэне, мы специально одобрили перед правительством, чтобы установить связи между международными производителями, и он помогает сделать следующий шаг от прототипа к производству, а затем к рынку.

С какими странами вы работаете, чтобы сделать это?

Мы сотрудничаем с мейкерскими сообществами многих стран. Мы начали нашу работу в 2015 году с США, а затем у нас была налажена работа с Европой: Германией, Францией, Голландией и Великобританией. Мы заинтересованы в том, чтобы превратить их идеи в продукты. За прошедший год у нас также наладились некоторые связи с Россией – с одной из российских платформ, а также с некоторыми предпринимателями, которых мы консультировали. В последние годы мы также работали с компаниями из Африки.

Существуют ли какие-либо существенные различия между сообществами разработчиков в Китае и в других странах? Есть ли какие-то национальные особенности?

Ну, я думаю, что есть некоторые региональные различия. Если мы говорим о мейкерах, то это сообщество, опирающееся на серьезный глобальный ресурс. Поэтому люди с разным бэкграундом легко объединяются, чтобы создавать новые проекты очень быстро. Речь идет о тех, кто использует удобные технологии для того, чтобы начать работу. В Африке сложнее, там проекты не имеют прибыльности – нет возможности просто получить оснащенное пространство и отправить свои макеты на печать. В Европе и Азии быть мейкером гораздо легче.

Так что, разница в инфраструктуре и в ресурсах, которые размещаются в стране, но не в людях?

Речь идет о людях, у всех нас есть одинаковые ресурсы – одни и те же 3D-принтеры по всему миру. Разница между людьми: насколько они открыты для новых векторов и возможностей, как они используют свое преимущество для создателей – действительно сделать что-то новое, то, что может изменить жизнь людей и оказать реальное воздействие.

Дэвид, можете ли вы высказать свое мнение о крупнейших событиях, в которых вы когда-либо принимали участие и были организаторами, о событиях в Китае?

Мы ежегодно проводим Maker Faire ярмарки и мероприятия в поддержку Fablab Shenzhen. Затем мы провели мероприятие, которое помогает развитию цифрового производства, в 2016 году. У нас было представлено более 180 производств из примерно 80 стран, около двух тысяч членов и основателей fablab в Шэньчжэне около двух лет назад.

Каковы основные мероприятия и плюсы для мейкеров на мероприятиях?

Когда мероприятие проходит в Шэньчжэне, это легко. Все приходят с целью понять, как сделать следующий шаг, с вопросом: «Как я могу выйти за рамки, чтобы превратить продукт в прототип, и кто мне поможет в качестве партнеров?».

Каковы критерии успешного для вас мероприятия?

Для нас главный успех всегда измеряется рядом проектов, которые начали превращаться из прототипов в продукты. Настало время определить, сколько людей пришли на мероприятие и сколько из них сделали следующий шаг.

Существуют ли какие-либо специальные способы общения на мероприятиях? Любая

онлайн-встреча или вызов Skype, которые могут помочь сделать прототип лучше?

Да, эту функцию несет администратор события. Это все, что мы проверяем. Я думаю, что все производители отправляются в Китай и начинают использовать WeChat для поиска ресурсов и продуктов здесь.

Что вы можете посоветовать, как сделать мероприятие лучше и интереснее для разработчиков и международных партнеров, таких как Китай, США и Европа? Каковы ключевые значения?

Я думаю, что это действительно зависит от миссии мероприятия. Есть цель, чтобы больше людей понимали, что такое движение мейкеров, есть миссия по содействию сообществу мейкеров. Есть еще одна цель – помочь производителям перейти на следующий этап. Вы должны иметь четкое представление о том, что должно происходить, исходя из нее. Выбор миссии зависит от того, на каком вы этапе развития и с каким сообществом работаете; у вас есть более профессионально ориентированное сообщество или есть больше людей, которых вы должны обучать; какие международные исследования вы хотите предоставить им.

Каковы основные трудности при проведении мероприятия? Я знаю, что у вас всё получается, но, вероятно, были трудные моменты.

Для меня это слишком много людей, которые пришли на мероприятие, когда больше народу, чем вы ожидали, и вы не сможете справиться с этим.

Сколько мероприятий организуется ежегодно? Около трех или пяти или более?

Нет, у нас здесь намного больше. Ежегодно в Шэньчжэне проходит 6 или 7 крупных мероприятий. Это ярмарка мейкеров, неделя производителей и другие события в городе, которые поддерживают мейкеров.





NATIONAL FESTIVAL OF MAKING

Первый Национальный фестиваль мейкерства (Англия) прошел в Блэкберне, Ланкашир, 6 и 7 мая 2017 года. Фестиваль организован с целью создать площадку для демонстрации современных STEM-технологий, новых продуктов. Он собирает изобретателей, новаторов и разработчиков для демонстрации их достижений. В 2017 году мероприятие посетило более 30 000 участников.

Концепция фестиваля состоит из 8ми тематических блоков:

1. Создаем историю. Блок предполагает мероприятия в интересах позиционирования Блэкберна и Ланкашира как исторического центра мейкерства. Национальный фестиваль для участников демонстрирует историю создания и производства и исследует, как его история формирует современный ландшафт.

2. Создаем вещи. Блок состоит из мастер-классов и семинаров по ремесленному делу длительностью от 10 минут до нескольких часов.

3. Создаем жизнь. Блок направлен на содействие предпринимательской деятельности среди мейкеров.

4. Создаем место. Блок направлен на разностороннее изучение городской среды и создание специализированных проектов в интересах Блэкберна. Участники фестиваля смогут увидеть центр города в другом свете через творческие туры и фильмы.

5. Создаем любовь. Блок фестиваля предлагает посетителям познакомиться с проектами, сделанными с любовью. На площадке представлена выставка одеял, созданных общинными группами, а также проводятся мероприятия где люди будут шить вместе, чтобы сделать одно большое одеяло ручной работы, которое будет выставлено в конце фестиваля в качестве свидетельства любви к творчеству.

6. Создаем вкус. Ланкашире есть целый ряд новаторских производителей продуктов питания и местных производителей. Участники фестиваля могут попробовать лучшие и самые необычные продукты – от британских пирогов с начинкой из азиатского наполнителя до разноцветного зефира ручной работы.

7. Создаем звук. Программа фестиваля наполнена выступлениями музыкантов, в основном это живая музыка. Направление знакомит участников фестиваля с инсталляциями, выступлениями, ди-джеями, инструментами и многое другое. Каждому предлагается попробовать ILLUMAPHONIUM, динамичную, мультисенсорную и интерактивную установку, созданную музыкантом и изобретателем Майклом Дэвисом. Illumaphonium, высотой более трех с половиной метров, представляет собой красиво настроенный массив освещенных алюминиевых колокольчиков, создающий полуакустическую полуавтоматическую музыкальную скульптуру.

8. Создаем цифровые технологии. Участники фестиваля могут увидеть будущее проведения цифровых и интерактивных мероприятий. Направление обеспечивает непосредственный опыт использования новых технологий и имеет образовательный характер.

В 2018 году ожидается еще более амби-



циозная программа, темой которой станет цифровые технологии, с практическими мастер-классами, инновационными художественными инсталляциями.

Форматы для публики:

Посетителям доступна зона выставки; участники фестиваля могут посетить мастерские, принять участие в обсуждениях и дебатах, посетить конференцию, посмотреть фильмы, выставку картин художников. На фестивале предусмотрены выступления музыкантов, театральные постановки, награждения лучших проектов, зона с магазинами, фудкорт.

Организаторы:

HemingwayDesign, Deco Publique, Perspective Communications/Content, Source, Super Slow Way

Создание фестиваля нашло поддержку у дизайнера Уэйном Хемингуэем МБЭ, который запустил свой всемирно известный лейбл, Red or Dead, в Blackburn в 1983 году. Совместно с успешным фестивальным и творческим продюсером Deco Publique The Community Interest Company он занимается разработкой проектов, которые положительно влияют на Блэкберн.

Проекты фестиваля:

Фестиваль включает в себя несколько спецпроектов, созданных благодар совместной работе художников и мейкеров, наладивших партнерские отношения с организациями и предприятиями. (Art in manufacturing <https://www.youtube.com/watch?v=oc2rlSjELlo>).

По заказу фестиваля «Making of Making and Super Slow Way», «Art in the Manufacturing» 10 художников были объединены с мейкерами. Невероятные результаты их работы были представлены в исторических местах города Блэкберн в рамках Национального фестиваля 2017 года. В 2016 году эти производители открыли свои двери для наших художников, продемонстрировав их отраслевые секреты и специализированную технику, материалы, персонал.

VIRTUAL TREASURE AT BLACKBURN CATHEDRAL

<https://festivalofmaking.co.uk/projects/virtual-treasure-at-the-first-national-festival-of-making/>

Посетителям 1-го Национального фестиваля искусств Великобритании был предложен захватывающий квест, они смогли устроить уникальную виртуальную охоту за сокровищами, используя технологию Virtual Reality. В игре они исследовали Собор Блэкберна, воссозданный до миллиметра в 3D. Виртуальные подсказки и светящиеся огни, разбросанные по всему собору, направляли ищущего вниз, в склепы, где его ожидали древние сокровища, давно похороненные в недрах. Виртуальная охота за сокровищами была частью направле-



ния «Making Digital» первого Национального фестиваля. Это дало беспрецедентное представление о том, как используются новейшие технологии для перевозки людей в места, невидимые публикой.

Компания, стоящая за виртуальной охотой за сокровищами, Hobs Studio, является специалистом по цифровому моделированию реального мира. Hobs Studio недавно построила трехмерную модель центра города Ливерпуль и в цифровом виде воспроизвела Манчестерскую ратушу в деталях. Архитекторы, инженеры и строительные компании используют эту технологию, чтобы помочь в проектировании и строительстве зданий с беспрецедентным уровнем точности. Hobs Studio использовала ту же технологию лазерного сканирования в формате 3D для захвата и цифрового воспроизведения собора Блэкберна. Его цель – продемонстрировать «Будущее создания вещей», используя ультрасовременные 3D-технологии и технологии производства.

Партнеры:

Национальный фестиваль создания поддерживается при финансовой поддержке Arts Council England, Blackburn with Darwen Borough Council and Heritage Lottery Fund.

Приложения:

Сторонники, амбассадоры фестиваля
Andrew Graham (Эндрю Грэхэм)
Эндрю – сторонник возрождения в Блэкберне, он был одним из основателей молодежной зоны Блэкберна – благотворительной организации мирового уровня, которая помогает вдохновлять, развивать и мотивировать молодых людей.
Christine Cort (Кристин Корт)
Кристин Корт основала Манчестерский международный фестиваль (MIF). Занимала такие должности, как директор по связям и заместитель директора. В 2015 году Кри-

стин была удостоена премии Inspirational Woman Award за приверженность искусству.

Patrick Grant (Патрик Грант)

Патрик является модельером, социальным предпринимателем и регулярно выступает на телевидении и радио в качестве комментатора британской моды, одежды и текстильной промышленности.

Wayne Hemingway (Вэйн Хэмингвэй)

Wayne Hemingway MBE является одним из основателей Фестиваля CIC и был ключевым звеном в продвижении фестиваля в течение первого года.

Laurie Peake (Лори Пик)

Лори Пик в настоящее время является директором программы «Творческие люди и места» Super Slow Way.

Официальный сайт: <https://festivalofmaking.co.uk/>

Социальные сети

<https://www.facebook.com/festofmaking/>

<https://twitter.com/festofmaking>

<https://www.instagram.com/thefestivalofmaking/>

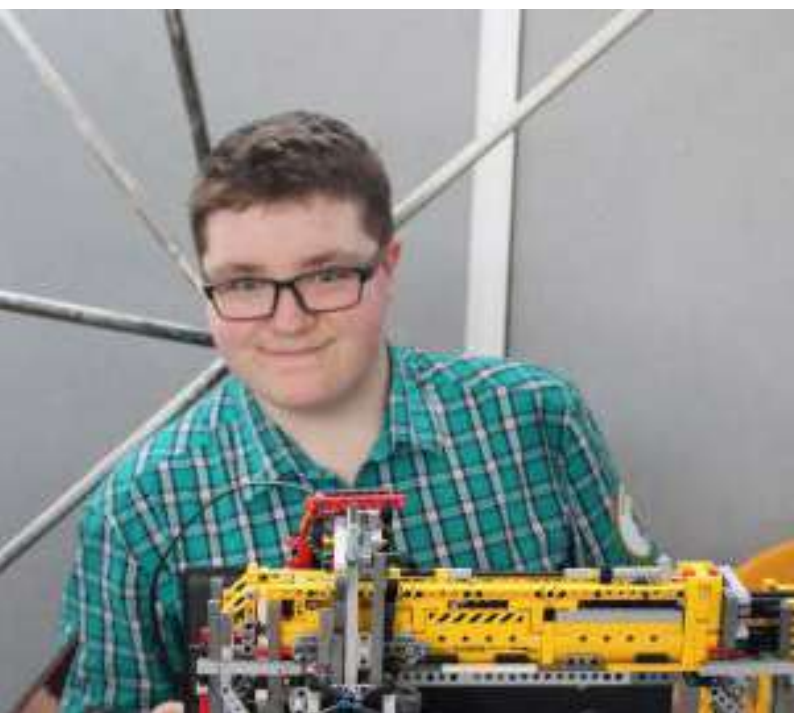
Фотографии с мероприятия:

[https://drive.google.com/drive/folders/1aFY7hn-](https://drive.google.com/drive/folders/1aFY7hn-1z8VPmp5sZcFDyB4aCqPtXoX8)

[1z8VPmp5sZcFDyB4aCqPtXoX8](https://drive.google.com/drive/folders/1aFY7hn-1z8VPmp5sZcFDyB4aCqPtXoX8)

MAKER FAIRE MOSCOW

Maker Faire Moscow организован командой мейкеров — работниками и резидентами старейшего в России Fab Lab — лаборатории цифрового производства НИТУ «МИСиС».



Впервые Maker Faire в Москве и в России прошел в 2016 году, в формате «mini». Продолжительность мероприятия – 2 дня, проводится в России, начиная с 2016 г.

Проведение мероприятия осуществляется по франшизе и оплачивается в зависимости от выбранного организаторами формата проведения <https://makerfaire.com/global/>.

Для кого этот фестиваль и кто является его участником:

- авторы технологических проектов разных стадий;
- авторы DIY проектов разного возраста и направления;
- мейкерспейсы и образовательные площадки;
- бизнес-инкубаторы и предприниматели.

В программе Maker Faire Moscow 2017 было представлено:

- шоу технологий;
- открытый лекторий ведущих российских и зарубежных мейкеров на тему «Maker City»;
- более сотни интерактивных стендов;
- новые технологические машины для создания прототипов и серийных образцов (первый в России 3D Био-принтер, самый большой в стране 3D принтер, печатающий пластиком и самый маленький в мире 3D принтер, работающий от смартфона, и другие цифровые производственные машины);
- образовательные и шоу проекты (большие и малые, умные и забавные роботы и коптеры, кибер динозавры, кинетические конструкции и световые инсталляции);

- нон-стоп вокршопы для детей и взрослых, посвященные знакомству с технологиями производства (от шелкографии и пайки од робототехники и нейроинтерфейсов);
- проекты трендов новых городов (системы для выращивания растений);
- ярмарка.

За время проведения на фестивале в качестве спикеров выступили: Барт Беккер, основатель Mini FABLAB (Нидерланды), Маджия Крауз, представитель Американского культурного центра при посольстве США в РФ, Марк Бюнгер, вице-президент компании Lux Research (США), Соня Приор-Джонс, представитель фонда Fab Foundation (США), Дейл Доэрти – лидер и идеолог мирового мейкерского движения, основатель фестиваля Maker Faire и издатель «библии» мейкеров – журнала Make: Magazine, Джин Шерман – один из самых известных мейкеров в мире. Основатель известного «мейкерспейса» Vocademy, Анастасия Тюрина – директор департамента развития блокчейн-технологий Внешэкономбанка.

Организатор: НИТУ «МИСиС» (<http://www.misis.ru/>)

При поддержке Департамента образования г.Москва (<http://dogm.mos.ru/>)

Партнеры:

Золотой партнер: ОАО «РВК» (<http://www.rvc.ru/>)

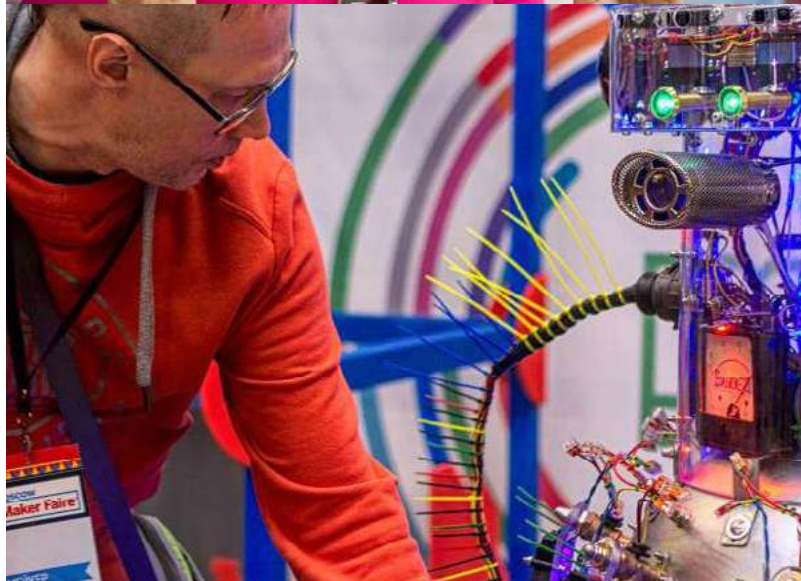
Бронзовый партнер: LeroyMerlin (<https://leroymerlin.ru/>)

Генеральный информационный партнер: Наука ТВ (naukatv.ru)

Освещение мероприятия через соц.сети и СМИ

Вконтакте <https://vk.com/makerfairemoscow>

Facebook <https://www.facebook.com/moscowmakerfaire/>



ИНТЕРВЬЮ: АННА ВАКУЛИК Зам.директора Фаблаб НИТУ «МИСиС»



Аня, привет! Расскажи, пожалуйста, как и зачем вы задумывали Maker Faire Moscow, и с какими сложностями столкнулись в процессе проведения?

Лидер нашего проекта *Владимир Евгеньевич Кузнецов* – человек, который открыл Фаблаб в МИСиС. С 2012 года он был включен в мейкерское сообщество, понимал, как работают фаблабы и хотел провести мероприятие, которое способно объединить мейкеров. Он уже видел, что проводятся со смежной повесткой другие мероприятия – Geek Picnic, фестиваль в Сокольниках. Они были похожими на мейкерские, они не ориентированы на начинающих мейкеров и не способствовали вовлечению новых участников в движение. Затем он узнал, что есть такой формат, как Maker Faire, и он решил привезти его сюда. В России надо инициировать мероприятия самостоятельно, а хорошие люди под это найдутся.

Мы связались с центральным офисом

и начали процесс оформления лицензии, а также планировать. Каждый год нужно продлевать лицензию. В этот год мы тоже продлили лицензию. В этом году это вторые выходные сентября.

За какое время начинается подготовка к мероприятию? Сколько ушло организационного ресурса? Кто был включен в команду?

Организацией фестиваля занимается команда Фаблаб. Эта же команда занимается параллельно несколькими другими проектами, включая подготовку магистратуры. В первый год мы начали с марта подготовку, а само мероприятие провели в июле. Первый фестиваль организован был в очень короткий срок, площадкой выступает МИСиС. В этом году мы будем крупнее.

Как вы работаете с участниками мероприятиями? Они участвуют в организации программы?

Самое главное к людям относиться, признавая, что они творят очень интересные вещи и показывать им, что ты не только уважаешь их деятельность, но очень хочешь им помочь быть замеченными другими людьми, которые тоже что-то делают. Поэтому мы их вовлекаем и в наполнение программы. У нас сами мейкеры могут выбрать любую форму представления проекта и как они будут участвовать в лектории.

Они это сами делают через сайт, или вы этих людей ищете самостоятельно?

По-разному бывает. Кого-то нам советуют, кого-то мы сами находим. Многих мы уже очень хорошо знаем. Кто-то сам приходит, мне неизвестно откуда.

Есть ли разница в работе с участниками в России и при организации зарубежных Maker Faire?

В России язык другой, а люди, которые в это вовлечены по духу очень похожи.

Есть история об уникальных форматах, которыми вы гордитесь?

Да, у нас по мере проведения появились много разных интересных кейсов. Это все благодаря тому, что мы не ограничиваем людей в формате стенда, цвете табличек, оде-

жде, количестве людей на стенде. Это такой мега-микс и мы, в целом, гордимся, что у нас получается проводить такие события. На площадке кто-то ездит на своих устройствах, устраивает шоу, кто-то учит на месте.

Суть фестиваля не в том, что это выставка, где собраны красиво поданные проекты, а в том, что есть проекты, которые не всегда хорошо презентованы, но это все по-настоящему. У нас много зон активности. Сами участники проводят бесплатные мастер-классы.

Главное – дать людям попробовать, Потому что если мы хотим, чтобы таких людей стало больше – нужно давать им пробовать себя в новом деле. Поскольку мы предоставляем большую свободу участникам, то у нас не очень большая команда и бюджет – мы не можем уследить за каждым участником, и это нам дает большую свободу для творчества. Что-то придумывается на ходу, и получается хорошо.

Какие основные сложности возникают при организации мероприятий?

Самая сложная часть – это обеспечение столами. Физические объекты, шатры, арендуемые вещи и реклама, привлечение людей на фестиваль. Участников ранее у нас было 10 тысяч, в первый год было 5 тысяч, а в этом году мы переместимся еще в соседний парк, и будет больше участни-





ков. Но всё равно, поскольку в Москве много мероприятий и много информационного шума, то добраться до живых людей бывает по-настоящему сложно.

Были партнеры, которые финансировали мероприятия?

РВК финансировали. Нас поддерживали компания Intel, пока она была представлена в России, Leroy Merlen и американское посольство. Сейчас оно нас организационно поддерживает. Нас поддерживают основные наши друзья – команда Интелл. Несколько больших институтов. От департамента образования косвенным способом получаем деньги на проведение фестиваля.

В прошлом году чувствовался спад. Деньги давались на маркетинговые мероприятия. Для организаций, которые впервые услышали – занимаются цифрами – для них статистики было недостаточно, чтобы с ними начать работать.

Какой совет ты дашь организаторам мейкерских мероприятий?

Лучше съездите посмотрите. Скоро проводится большой фестиваль в Барселоне, в июне. Программа публикуется на сайте.

Скажи, а чем отличаются российские мероприятия от зарубежных?

Отличаются ресурсами и объемами, потоками людей. У нас пока объемы этих мероприятий меньше, инструментов меньше. Чем больше будет участников, тем более качественная и крутая получится выборка. Важно смотреть и показывать.

Большой фестиваль нельзя сделать без качественных участников, а эти участники же откуда-то берутся. Кто-то один раз посмотрит и захочет повторить, а потом найдет откуда-то еще ресурсы. Кому-то можно помочь через программы НТИ. Со всеми программами надо коммуницировать. Технологии технологиями, форматы форматами, но главными являются люди, которые к вам приходят. Надо помимо этого поддерживать связь с площадками. Это все про людей!

TECHFEST BOMBAY

TechFest - крупнейший в Азии научный и технологический молодежный фестиваль под патронажем ЮНЕСКО, ЮНИСЕФ и САЙЕН с охватом более 165 000 человек и вовлекающий более 2500 колледжей по всей Индии и более 500 за рубежом.

Tec Techfest – мероприятие всецело организованное студенческим движением. Основной состав комитета фестиваля состоит из 23 членов: один общий координатор и 22 руководителя. Команда организаторов состоит из более чем 800 координаторов и включает около 2500 делегатов из колледжей Индии. У каждого руководителя комитета есть портфель задач, присвоенный ему, который может быть разделен на два раздела - администрирование и организация событий. Административные портфели в основном включают такие задачи, как учетные записи, инфраструктура, маркетинг, гостеприимство, реклама и средства массовой информации, а также помощь в мероприятиях. Портфели событий включают ответственность за каждое из многочисленных событий, происходящих на Techfest ежегодно. У каждого менеджера есть своя команда координаторов и организаторов. hfest - это ежегодный научно-технический фестиваль Индийского технологического института в Бомбее под патронажем ЮНЕСКО, ЮНИСЕФ и САЙЕН с охватом более 165 000 человек и вовлекающий более 2500 колледжей по всей Индии и более 500 за рубежом. Помимо этого Techfest это независимое сообщество студентов, которые организуют это мероприятие наряду со многими другими социальными инициативами и информационно-пропагандистскими программами круглый год.





Цель и концепция:

Techfest стартовал в 1998 году с целью создания платформы для индийского студенческого сообщества в интересах повышения качества их разработок и демонстрации их технического мастерства.

Серьезная работа оргкомитета в течение года завершается грандиозным трехдневным фестивальным мероприятием в кампусе ИИТ-Бомбея, который привлекает людей со всего мира, включая студентов, академических кругов, корпораций и широкой общественности.

Techfest – мероприятие всецело организованное студенческим движением. Основной состав комитета фестиваля состоит из 23 членов: один общий координатор и 22 руководителя. Команда организаторов состоит из более чем 800 координаторов и включает около 2500 делегатов из колледжей Индии. У каждого руководителя комитета есть портфель задач, присвоенный ему, который может быть разделен на два раздела - администрирование и организация событий. Административные портфели в основном включают такие задачи, как учетные записи, инфраструктура, маркетинг, гостеприимство, реклама и средства массовой информации, а также помощь в мероприятиях. Портфели событий включают ответственность за каждое из многочисленных событий, происходящих на Techfest ежегодно. У каждого менеджера есть своя команда координаторов и организаторов.

Форматы:

Лекционный сегмент

Лекционный сегмент Techfest ставит перед собой цель дать студентам возможность взаимодействовать со своими образцами

для подражания. Каждый год Techfest приглашает множество выдающихся личностей из разных областей: проф. Серж Нароше (лауреат Нобелевской премии по физике), Эрик Клинкер (генеральный директор BitTorrent) и д-р К. Radhakrishnan (бывший председатель ISRO). Лекции таких авторов, как Harold Kroto и Richard Столлман, (Нобелевский лауреат по химии), Карлхайнц Бранденбург (Со-изобретатель MP3)

Воркшопы: Семинары играют важную роль в реализации концепции Techfest, сталкивая студентов лицом к лицу с новейшими технологиями. В течение последних нескольких лет участники фестиваля благодаря этому сегменту принимали участие в разработке приложений для Android, соревнованиях типа CTF, программировании роботов, цифровой фотографии, искусственного интеллекта и биоинформатики. Помимо семинаров, проводимых в течение трехдневного фестиваля, Techfest также обращается ко многим колледжам по всей Индии и через связи с робототехническими компаниями и организует клугологодичные семинары, посвященные распространению культуры робототехники среди индийской молодежи.

Развлекательный сегмент

Ozone Techfest - развлекательное направление фестиваля. Организаторы считают, что аттракционы, игровая и выставочные зоны помогают удержать публику, когда они не участвуют в изнурительных конкурсах и семинарах.

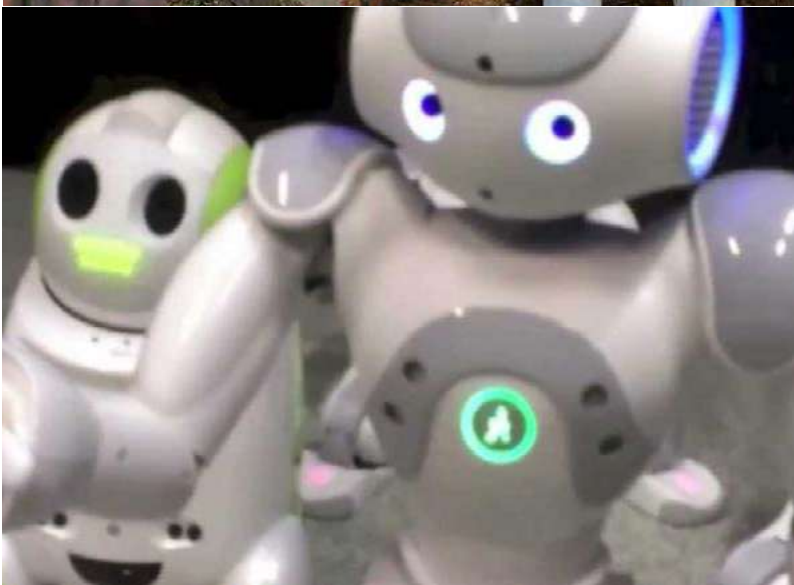
В зоне выставки посетители могут взаимодействовать с различными техническими гаджетами: Lazer (2010), VirtuSphere (2011), Silent Disco (2013), F1 Simulator (2014), Oculus Rift. Такие события, как Junkyard Wars, Paintball, Water Zorbing, 6D-XD Simulator, Flying Simulator, Go Karting и др.

SciTech Quiz, начатый Techfest в 2008 году, превратился в крупнейшую межинституциональную викторину в Индии - National Open Quiz Techfest, организованную Rohit Nair.

Technoholix - ночной сегмент фестиваля, в который включены профессиональные шоу от самых знаменитых исполнителей со всего мира. На выступлениях используется пиротехника, лазерное шоу, акробатические номера, даже для виртуальных 3D голографических дисплеи. На сцене даже принимали команду паркура из команды Casino Royale. В разные годы на Ozone Techfest выступали: Тони Чапек, интерактивный иллюзионист из Штатов, танцоры и пиротехники Па-ли-Ти из Чехии, копенгагенские барабанщики; Кейт Лин (исполнитель на чемпионате мира ФИФА), The Immersive Musical из Италии.

Конкурсы и соревнования

Соревнования служат основой для выполнения основного девиза Techfest-распространения науки и техники. На протяжении





многих лет этот сегмент превратился в формат для международного обмена. Соревнования, такие как Full Throttle, Submerge, Skylark, Skyscraper, Boeing Aeromodelling Competition и многие другие, способствовали тому, чтобы студенты работали в технической области и собирались в команды для решения сложных задач.

В Международном конкурсе робототехники (IRC) на сегодняшний день участвуют более 12 стран. До настоящего времени в IRC участвовали Франция, Россия, Швеция, Южная Африка, Египет, Бангладеш, Эфиопия, Индия, Непал, Пакистан, Шри-Ланка и Таиланд. Этапы Techfest International Coding Challenge также проходят в разных странах.

Социальные инициативы

Инициативы - Techfest Green Campus Challenge - проект по озеленению кампусов, с участниками из 750 колледжей и 150 Эко-клубов, и Give-A-Coin, проект направленный на осознание финансовой составляющей при усыновлении детей, получили огромный успех и высокую оценку по всей стране.

СПРОСИ, общенациональная кампания Techfest с партнерством NCPRI была направлена на повышение осведомленности о законе о праве на информацию. CURED, еще одна социальная инициатива Techfest, направленная на информирование людей о причинах и последствиях диабета. «Спасите души» была инициативой, направленной на прекращение бесчеловечного тестирования косметики и медикаментов на собаках в лабораториях. IAmPower – проект был инициирован с целью дать девочкам возможность стать лидерами в создании технологий, новаторами в STEM и построить свое собственное будущее в компьютерных науках. Инициатива направлена на устранение недостаточного представительства женщин в сфере занятости и продвижения по службе в области науки и техники. Smart City Challenge это инициатива, вдохновленная видением премьер-министра Нарендры Моди, с целью создать 100 новых умных городов и вовлечь молодежь страны в развитие своего города и процветание своих граждан. Конкурс был разработан для создания технологий, объединения правительства и студенческого братства.

Мероприятия с международной повесткой

Одним из значимых мероприятий, приуроченных к фестивалю является Международный саммит лидеров и активистов ориентированный на обсуждение путей решения глобальных проблем. В саммите участвовало более 300 делегатов в 2016 году. Саммит поддерживает международная организация Techfest United Nations, которая была запущена с целью распространения политической осведомленности о международных отношениях.

Выставки

Выставочная деятельность Techfest началась в 2004 году, когда индийские военно-морские организации почувствовали необходимость мотивировать молодежь на военные исследования. Welcome To Mars была первой Международной выставкой из Университета штата Аризона и НАСА в 2006 году. В 2008 году появился первый интерактивный экспонат - Shadow Dexterous Hand. В 2009 году был представлен Amphibot, робот который способен передвигаться без каких-либо конечностей или колес. Позднее на TechFest был представлен робот Da Vinci, Open vibe - интерфейс мозга и компьютера, PR2 Robot, Esserobot 2 – которые и стали центральными экспонатами в 2011 году. В 2016 году в рамках Techfest прошло авто-шоу с демонстрацией BMW i8, BMW M4, Hayabusa, Ducati, Triumph Bikes. Techfest 2016-17 продемонстрировал зрителям Vebionic hand, прототипы ISRO, Advanced Military Weaponry с Techconnect, эксклюзивную демонстрацию исследовательских проектов и экспонатов института Бомбея.

Взаимодействие со СМИ:

Techfest получает обширное освещение в печатных, телевизионных, цифровых, а также онлайн-медиа.

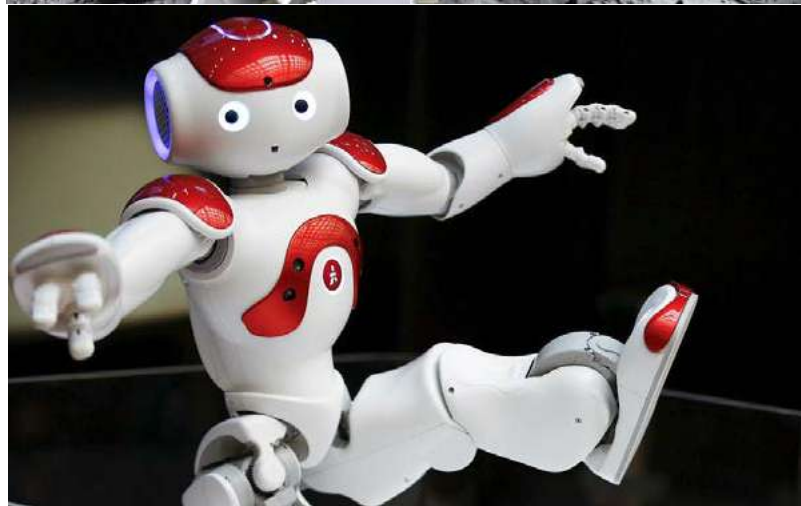
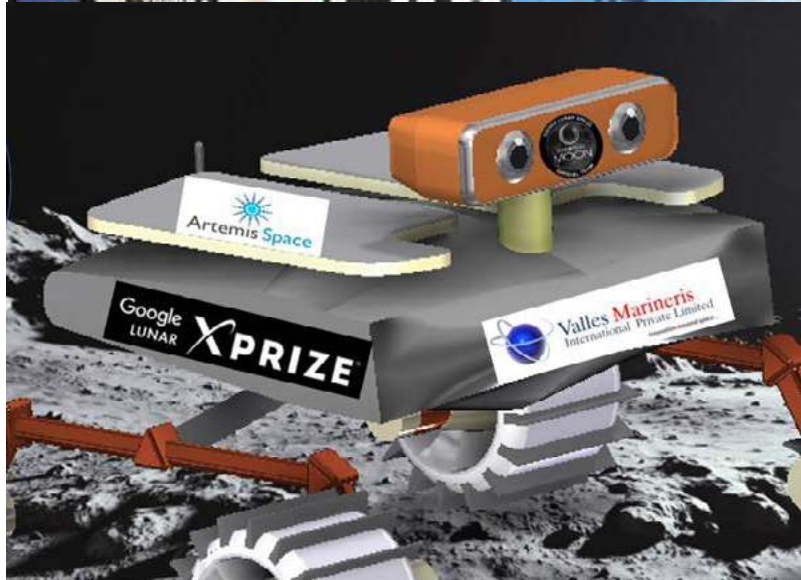
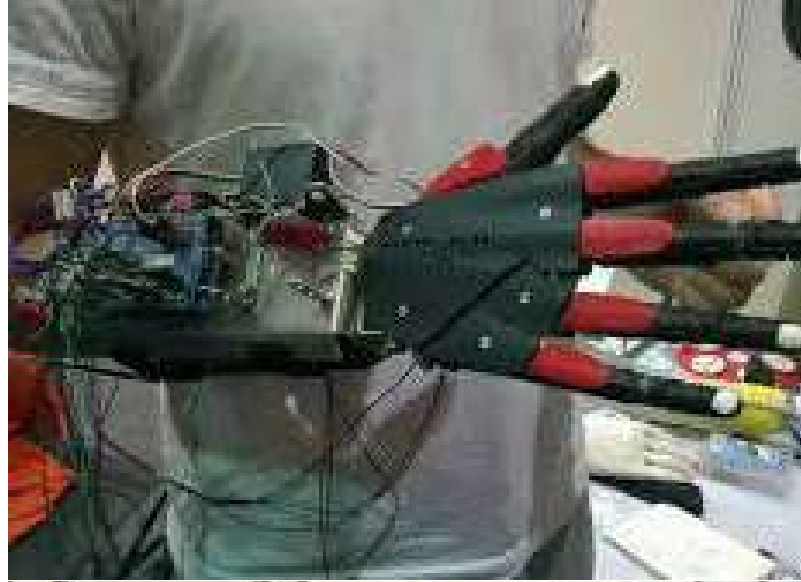
Медиа-партнеры: Hindustan Times, DNA, Times of India, Discovery Channel, Big RTL Thrill, India Today, Big CBS Prime, 93,5 RED FM и 92,7 BIG FM. В прошлом Techfest поддерживало посольство Италии, Нидерландов, Израиля, Германии, Австралии, Австрии, Канады и Индонезии.

Партнеры и спонсоры:

Techfest получает спонсорскую поддержку от Telecom, PSU, Banking, Electronics, Automobile. В прошлом партнерами фестиваля выступали - Microsoft, Intel, GE, IBM, MMRDA, NTPC, Pepsi, RuPay, WD. Организации: DAAD, Alliance Francaise, British Council, Goethe Institute, Polish Institute, Swissnex и India-Sri Lanka. Социальные инициативы Techfest получили поддержку CRY, Smile Foundation, Pratham, Muktangan, The Candle Project.

Ссылки:

<https://www.youtube.com/watch?v=2z3CEBv8PLI>
<https://www.youtube.com/watch?v=6co-1KqGGwl&feature=youtu.be>
<https://www.youtube.com/watch?v=hM31GbkemNO>
<https://www.facebook.com/iitbombaytechfest/>
<http://www.iitb.ac.in/en/event/techfest-2017>





RuPay



ИНТЕРВЬЮ: DIVYANSHU PRASAD

Менеджер Techfest, IIT Bombay



Скажи, а какой спектр задач ты решал в качестве менеджера?

Моя задача – общаться с техническими компаниями и исследователями по всему миру, пригласить их приехать сюда с тем, чтобы они могли показать свои разработки Индии.

Почему разработчики хотят принять участие в TechFest? Как ты их ищешь?

Одна из наших основных задач – видеть, что происходит в мире сейчас. Мы следим за последними инновациями и теми компаниями, которые занимаются передовыми разработками. Мы ищем ведущих изобретателей на разных площадках, ищем такие события, как CEF и Consumer Tech expo, и мы просто заходим на их веб-сайт и видим, что у них есть, а затем мы пытаемся связаться с исследователями или с организаторами.

Как партнеры отзываются на ваше предложение? Почему они, по твоему мнению, участвуют в жизни студенческого сообщества Индии?

Да, наши партнеры вполне коллаборативны. Особенно профессора хотят реализовывать совместные исследования со студентами. Бизнес хочет сотрудничать с сообществом и также нарастить свою популярность в Индии. У Techfest есть много спонсоров на каждом мероприятии, которые просто наблюдают за происходящим, чтобы потом более интересным способом участвовать на следующий год. На этом мероприятии все находят полезные для себя контакты и связи.

Сколько у вас было партнеров в прошлом году?

У нас было 22, из которых 15 были международными, остальные – из Индии.

Я слышала, что у фестиваля Techfest большой организационный комитет, состоящий из студентов? Как вы взаимодействуете с ними и организуете мероприятие?

У нас есть главный координатор и более 20 менеджеров, которые отвечают за многочисленные сферы работы, такие как медиа, маркетинг, застройка и выполняют другие задачи по координации фестиваля. У всех координаторов есть своя орггруппа и волонтеры. Так, управление фестивалем работает по четырехуровневой системе.

Все ли они в дружеских отношениях или они поддерживают только профессиональное общение?

Да, основная орггруппа из одного колледжа. И у нас есть координатор, которому нужно добраться до всех колледжей в Индии.

Как выглядит твой день, когда ты работаешь над подготовкой к фестивалю?

Я очень уставал каждый день, потому что были встречи до поздней ночи. Тогда у меня были еще учебные занятия, перерыв на обед и еще больше занятий. После того, как я поступил в офис студенческого центра, мы работали там, получая электронные письма, и отвечали на них, а затем проходили еще и вечерние встречи.

О, я думаю, это сложно. Еще один организационный вопрос, участники должны оплатить билет или получить его бесплатно?

Да, фестиваль абсолютно бесплатен для посетителей.

Сколько времени занимает подготовка фестиваля? Сколько месяцев?

Команда организаторов формируется в марте. Через неделю мы собираемся сформировать команду для следующего фестиваля. И команда работает до декабря. Таким образом, фестиваль находится в наших умах в течение 9 месяцев.

Я прочитала о социальной миссии фестиваля в Мумбаи, и это отличная инициатива в отношении вопросов гендера, популяризации технологий, озеленении городов. Какая твоя любимая инициатива, которой, как тебе кажется, вы можете поделиться с миром?

В этом году у нас было несколько социальных инициатив. Одна из них основана на принципе расширения прав и возможностей женщин. Мы также работаем с гражданами для освещения вопросов гигиены и медицинской поддержки.

Какая ваша любимая часть фестиваля? Может быть, это какое-то событие в этом году или в предыдущие годы?

Моим любимым событием был Technoholix, который состоялся с 29 по 31 декабря. В новогодний вечер у нас был отличный dj. Мы раньше организовали ночь EDM для студентов, теперь это организуют другие ребята, масштаб изменился, стало еще больше участников и это очень хорошо.

Что тебе больше всего нравится в вашей работе и можешь ли ты рассказать нам, почему вы гордитесь тем, что делаете?

Я знаю, что Индия все еще находится на подъеме, но люди не понимают технологии так же хорошо, как и мы в университете, все-таки поэтому мы являемся высшим технологическим институтом в Индии. В сообществе студентов пока мы не видим большого технологического взрыва, поэтому мы хотим привлечь изобретателей в Индию, чтобы популяризировать изобретательскую деятельность. Трудно научить людей технологиям, но мы с командой уже решаем эту задачу. Горжусь тем, что поставил задачу сделать фестиваль международным и у меня это получается.



КОНФЕРЕНЦИЯ FAB

Ежегодное событие, на котором члены более 1000 всемирных лабораторий Fab Labs собираются, чтобы делиться, обсуждать, сотрудничать и создавать сообщества вокруг различных местных и глобальных интересов в области цифрового производства, инноваций и технологий.

Описание: FAB – ежегодное событие, на котором члены более 1000 всемирных лабораторий Fab Labs собираются, чтобы делиться, обсуждать, сотрудничать и создавать сообщества вокруг различных местных и глобальных интересов в области цифрового производства, инноваций и технологий.

Концепция и стиль:

Каждый год FAB проводится в новом месте, в разных странах – Америка, Китай, страны Европы. В 2018 году конференция FAB14 будет проводиться во Франции. Открытие планируется в Париже на саммите Fab City Summit, после участники присоединится к фестивалю Fab Distributed.

Как выбираются принимающие города:

Так же, как на Олимпиаде – в первый день мероприятия кандидаты сообществ Fab Labs подают заявку. В течение недели организационный комитет изучает заявки и принимает решение, а в последний день объявляют «выбранную» команду, которая будет принимать фестиваль в следующем году.

Каждый фестиваль FAB имеет ключевую тему, вокруг которой собирается содержание всех мероприятий, которое он в себя включает. Центральной темой 2018 года станет “Fabricating Resilience” (создание жизнеспособности, гибкости).

Примеры тем прошлых лет: “Digital fabrication», “Fabricating Society”.

Фестиваль направлен на:

- Популяризацию и содействие открытию новых фаблабов и мейкерспейсов;
- Решение внутренних задач сообщества;
- Презентацию последних достижений членов сообщества;
- Создание уникальной среды для тех, кто готов и хочет делиться знаниями.

Охват:

Конференции FAB предназначены в первую очередь для членов сети Fab Lab.

В прошлом году охват участников FAB13 составил по словам организаторов: площадка конференции собрала более 700 участников, симпозиум - около 850 человек, а фестиваль - 20 000 посетителей.

Форматы: В программе предусмотрены переговоры, семинары, рабочие совещания, круглые столы, выступления на симпозиуме, а также участие компаний и отдельных разработчиков в выставочном и культурном пространстве. Не обходится и без массового обмена визитными карточками.

Отдельным ярким событием фестиваля всегда становится показ мод Fab Fabrics и Fashion-tech.

Примеры реализации форматов:

1. Рабочие группы и круглые столы – небольшие рабочие совещания по решению проблем, задач, которые ставятся перед сообществом. Закрытый формат для членов со-

обществ. Стать членом сообщества довольно просто, необходимо подать заявку на сайте фонда Fab Foundation.

2. Мастерские – проходят в течение нескольких дней во время фестиваля. Обычно разделены на несколько тематических треков, например:

- технический (обучающий);
- гуманитарный;
- образовательный;
- операционный;
- трек “продвинутых” мастерских;
- Fab Lab и город;

и другие треки в зависимости от центральной темы ежегодного мероприятия (обычно от 5-8 треков).

3. Конференция или симпозиум – одно из важнейших событий фестивалей FAB, пространство, где члены Fab Lab из различных уголков мира делятся друг с другом своими находками, нововведениями, интересным и полезным опытом. Основной формат симпозиума – спитчи с презентациями на заранее согласованные с оргкомитетом тематики.

Примеры спикеров:

- **Neil Gershenfeld (Нил Гершенфельд)**, основатель первой фабрики в MIT MediaLab и Академии Fab., известен как «отец» сети fablab;
- **Tomas Diez (Томас Диэз)**, руководитель Fab City Research Lab,
- **Ben Laurie (Бэн Ларье)**, директор Apache Software Foundation, директор в Open Rights Group;

Выставка (фестиваль для посетителей) – открытое, более широко анонсируемое мероприятие, пространство в которое Fab Labs приезжают, чтобы показать себя и то, что они делают, часто совмещено с мастерскими.

Сроки проведения:

Обычно мероприятие проводится летом, длится 7-10 дней.

Организаторы фестиваля и система управления: Основной организатор – Fab Foundation, MIT’s Center for Bits and Atoms и принимающие Fab Labs (Hosting Fab Labs).

Основная команда состоит из:

- Организационного комитета – совет директоров фонда (Fab Foundation Board) 4 человека;
- Рабочая группа – в составе 14-ти человек из фонда и рабочей группы принимающего Fab Lab.

Затраты на мероприятие:

В официальном доступе цифр нет, мероприятие крупное, и затраты на организацию и про-

ведение мероприятия финансируются за счет средств фонда-организатора и привлечение спонсорской помощи.

Вход на мероприятие:

Так как мероприятие рассчитано на членов сообщества, то процесс регистрации проходит по следующей схеме: членам Fab Lab Network приходит письмо-приглашение с ранним кодом регистрации на мероприятие.

В случае если места ограничены то представителей Fab Labs и их учеников регистрируют в первую очередь, затем регистрируют их друзей и семьи. Оставшиеся места рассчитаны на внешних посетителей, участие которых всегда приветствуются. Если вам нужен регистрационный код, но вы не являетесь активным участником сети Fab Lab Network, можно связаться с организаторами, написав им письмо, чтобы запросить приглашение.

Перечень партнеров и спонсоров мероприятия:

SolidWorks, Google, IBM, Castorama, Airbus, местные компании (тех. и IT-индустрии, например, Enedis), местные власти La Région Occitanie Pyrénées-Méditerranée и др.

Справка:

По вопросам проведения, участия в фестивале можно обратиться: fab14@fabfoundation.org

Медиа-исследование:

Информация о результатах мероприятия публикуется на официальных сайтах мероприятия, отчеты выкладывают в облачную среду сообщества (FabCloud).

Часть информации можно найти на страницах сообщества (Facebook, Twitter, Instagram).

Статьи и сюжеты в СМИ о результатах проведения:

<http://www.makery.info/en/2017/09/07/au-chili-fab13-pose-les-fablabs-comme-modele-de-societe/>

Полезные ссылки:

<http://www.fabfoundation.org/index.php/about-fab-foundation/index.html>

Сайты мероприятий:

<http://www.fab14.org/>

<http://fab13.fabevent.org/#about>

<http://fab12.fabevent.org/>

Социальные сети:

<https://www.facebook.com/fabfndn/>

<https://www.facebook.com/fablabfestival/>

<https://www.facebook.com/FAB14France-2220360561311092/>

<https://twitter.com/Fab14France>

<https://www.instagram.com/fabfndn/>

ТРЕК	НАЗВАНИЕ	ВЕДУЩИЙ	ОПИСАНИЕ
Технический Трек	От VR до 3Dprint	Diego Pinochet	Использование VR-устройства, таких как ocus rift, google cardboard или HTC, для взаимодействия в 3D среде, проектирование и затем печати своего творения.
Технический Трек	Как и что можно сделать из полиуретановой пены	Saverio Sili	Как сделать любой объект из очень мягкого и легкого материала, такого как полиуретановая пена. Форма может быть сделана из обработанного воска, жесткой пены, дерева, 3D-печати или вакуумного формования. Используя жидкую смесь полиуретановой смолы, которая реагирует в течение нескольких секунд, увеличиваясь в объеме, в результате получается легкий пеноподобный объект.
Технический Трек	Текстильное окрашивание с бактериями	Cedric Rozard	Текстильная и швейная промышленность является одной из самых загрязняющих нашу планету отраслей производства, окрашивание текстиля наносит наибольший ущерб окружающей среде. Эта мастерская покажет новые возможности для более устойчивого окрашивания текстиля с использованием бактерий. Мы будем красить натуральный текстиль с помощью бактерий, производящих пигменты.
Фундаментальный Трек	Является ли это Fab Lab-able	Neloni Lundman	Малый групповой семинар «мозговой штурм» - перепрофилирование разделов каталога Красного Креста и Oxfam, чтобы узнать, что можно сделать в Fab Lab.
Образовательный Трек	Игра Дрониз	Jonathan Doctorick	Узнайте, как руководить учащимися средней школы на этапах проектирования, построения и тестирования при создании создания небольших дистанционно управляемых беспилотных самолетов.
Продвинутый Трек	Будущее производства	Jose Nubiola	Семинар будет состоять из исследовательской, теоретической, а затем и практической частей. 3D-печати с использованием технологий FDM для создания зданий и жилья. Мы будем использовать стекло, фарфор, специальные соединения и бетон, чтобы поэкспериментировать с 3D-печатью деталей из цифрового файла в физический мир.
Fab Lab и город	Операционная система Fab Lab - как активировать ресурсы городов	Murat Yurucu	Fab Lab Berlin разработала программное обеспечение, которое помогает администрировать Fab Labs. Система управляет потоками асимметрии с помощью через вилки wifi и помогает автоматизировать права доступа к машинам, чистоте, оплате и так далее. С его помощью можно связать машинные ресурсы целых городов.

BURNING MAN USA

Ежегодное восьмидневное событие, происходящее в пустыне Блэк-Рок (Black Rock Desert) в США, штат Невада. Фестиваль начинается в последний понедельник августа, в ноль часов одну минуту.



На неделю в пустыне устанавливаются произведения современного искусства, часто фантастических форм, а в финале традиционно сжигают огромную скульптуру человека. По пустыне ездят сотни «мутированных» машин самого невероятного облика, многие участники ходят в костюмах персонажей искусства, зверей, предметов и так далее. Приехавшие в пустыню артисты дают выступления. На нескольких танцполах круглосуточно работают диджеи. Организаторы определяют это мероприятие как эксперимент по созданию сообщества радикального самовыражения, при этом полностью полагающегося только на себя, т.е. каждый участник ответственен за своё жизнеобеспечение (питание, воду, защиту от жары, ветра, холода, место для ночлега и т. д.) и очистку пустыни от каких-либо следов своего пребывания; обо всём этом надо позаботиться заранее.

Цель и концепция

Фестиваль Burning Man не имеет выделенной цели своего проведения. В большей мере фестиваль создаётся самими «бёрнерами» — рядовыми участниками, которые призываются к самовыражению, к проявлению и наслаждению искусством в виде, например, инсталляций. Организаторы призывают к активному участию в фестивале, посещение события в качестве наблюдателя не одобряется.

10 Принципов Burning Man были сформулированы в 2004 году, когда фестивалю исполнилось 18 лет:

1. **Радикальное включение.** Каждый может быть членом сообщества “бёрнеров”. Принимаются все, даже люди с противоположными политическими взглядами.

2. **Дарение.** Вся коммерция на фестивале полностью заменена актом дарения. Фестиваль создан не для коммерческой выгоды и от участников ожидается, что на территории сообщества они не будут зарабатывать.

Безденежная экономика Burning Man - экономика дарения основывается на желании бескорыстно делиться. Предполагается, что на фестиваль каждый приходит с чем-то, что может давать бесплатно: искусство, еда или услуги. Таким образом, при должной щедрости участников нужды каждого будут удовлетворены, и даже больше.

До 2013 года миллиардер и сооснователь Facebook Дастин Московитц ставил палатку с сыром на гриле и раздавал сотни вкуснейших сэндвичей. Четыре года назад к этому празднику присоединился и Марк Цукерберг.

Отзыв участника: *“Это прекрасно. Адаптация происходит практически мгновенно, уже с первых минут хочется подарить все, что у тебя есть, первому встречному, улыбающемуся тебе издалека. А улыбаются там абсолютно все, осыпают комплиментами и норовят чем-то накормить, порадовать или удивить. Менять — это не про Burning Man. Там можно только дарить. Каждый привносит в фестиваль то, что может. Это место для всех, вне зависимости от бюджета и положения. Безусловно, участие стоит денег, но есть много способов съездить на Burning Man очень бюджетно, есть даже дискаунтные билеты для людей с маленьким доходом”.*

Отзыв участника: *“Burning Man действительно провозглашает идею безденежной экономики. Но по факту это не полностью так. Для обеспечения лагеря все время нужно расходовать деньги, а не расплачиваться подарками. Вода, обслуживание дома на колесах... На плайе (пространство фестиваля, пустыня) в этом году даже появилось платные кофе и чай. Но почти все лагеря действительно что-то дарят фестивалю и другим участникам: кто музыку, кто чай из трав, кто устраивает зрелищные бои или танцы с огнем. Все это действительно бесплатно”.*

3. **Декоммодификация.** Придуман этот принцип, чтобы уберечь сообщество от влияния коммерческих брендов. Они не зарабатывают на рекламе, у них нет никаких спонсоров, и только за счёт продажи билетов они могут раз в год построить этот город.

4. **Полагание только на свои силы.** В пустыне далеко не курортные условия: испепеля-

ющая жара днём и холодный ветер ночью. Организаторы просят всех участников позаботиться о себе, привести провизию на неделю и задуматься, что можно сделать, чтобы было тепло, сухо и безопасно.

5. **Радикальное самовыражение.** В сообществе побуждают людей максимально самовыражаться — быть теми, кем они всегда хотели быть. Шить оригинальные костюмы и творить, не боясь осуждения.

6. **Принцип объединения.** Первая причина, по которой люди едут на фестиваль это искусство. Во вторую очередь люди хотят участвовать потому, что им нравится быть частью чего-то большего.

7. **Гражданская ответственность.** Для организаторов важна ответственность перед государством, поэтому они четко соблюдают законодательство и просят других участников тоже его соблюдать.

8. **Чистота.** Burning Man — это самый большой фестиваль, который не оставляет за собой ни следа.

9. **Участие.** Организаторы ожидают, что каждый, кто приезжает, будет участвовать в жизни города и сделает пребывание остальных потрясающим.

10. **Присутствие здесь и сейчас.** Очень важно, чтобы участники наслаждались моментом, и им нравилось то, что происходит здесь и сейчас.

Форматы:

По сути, Burning Man не совсем фестиваль в традиционном понимании этого слова — здесь нет четкого расписания мероприятий, каждый участник привозит свою музыку и творчество, которыми делится с остальными.

С 2011 года организаторы фестиваля выделили 6 направлений долгосрочного видения и развития своей некоммерческой организации, которая по сути является проектом Burning Man и определяет его наполнение:

- Искусство.

Миссия направления Burning Man Arts состоит в том, чтобы изменить парадигму искусства от товарного объекта до интерактивного, коллективного, совместного опыта творческого выражения.

Деятельность в художественной программе фестиваля может включать в себя содействие творческому самовыражению, поощряя людей интегрировать искусство в повседневную личную и общественную жизнь способами, которые являются интерактивными и совместными, способствуют социальной архитектуре и предоставляют людям возможность создавать и демонстрировать мобильные и носимые искусства таких как художественные автомобили, художественные велосипеды и художественная одежда.

- Гражданская ответственность.

Направление Civic Involvement призвано

способствовать развитию гражданской ответственности и добровольчеству в стремлении к гражданскому обществу, используя интерактивные и совместные методы, соответствующие десяти принципам фестиваля. Мероприятия могут включать организацию праздников для сообщества, парадов, фестивалей и других мероприятий через собственную сеть в городских и сельских районах и в виртуальном мире, или создание и предоставление важных услуг и необходимых удобств в районах с низким и средним уровнем дохода, посредством проектов в области архитектуры и искусства.

- Культура.

Направление подразумевает поддержку проектов, направленных на открытие культурных центров проекта Burning Man, которые могут быть постоянными или временными, физическими или виртуальными, а также мероприятий, которые создают и сохраняют культуру фестиваля.

- Образование.

Миссия образовательной программы проекта Burning Man - научить философии, принципам и практике культуры и опыта Burning Man во всем мире. Мероприятия в этой программе могут включать в себя мастер-классы, тренинги, семинары, лекции, конференции, коучинг, наставничество и сертификационные программы.

- Философский центр.

Это мозговой центр для научных исследований, подготовки и публикации материалов и статей, которые объясняют "Десять принципов", и то как они могут быть успешно и практически реализованы во многих областях человеческой деятельности, а также для интерпретации и применения "Десяти принципов" в работе Проекта.

- Общественное направление.

Программа социального предпринимательства проекта Burning Man создана для сотрудничества с миссионерскими организациями и проектами, которые хотят сотрудничать для общественного блага, предоставляя сертификаты, социальные и объединяющие сети, финансовое спонсорство, совместные службы поддержки и наставничество.

Региональная сеть Burning Man располагается на шести континентах, с более чем 287 представителями более чем в 40 странах. На 2018 год можно смело заявлять, что Burning Man создали самую большую региональную сеть в мире.

Цитата организатора: *"Мы хотим привнести опыт, который получили в пустыне, в город. Сначала мы организовывали мероприятия, подобные Burning Man, когда возвращались в Сан-Франциско. Например, «разгерметизация» (decompression) и «загерметизация» (precompression). Мы организо-*

вывали уличную ярмарку в Сан-Франциско, там наши художники раздавали свои творения бесплатно", Стивен Распа, директор по региональному развитию Burning Man.

Пример: Дэвида Беста, который создал первый храм на фестивале, пригласили построить временный храм в городе Дерри в Ирландии.

Ежегодно проходит около **80 официальных региональных ивентов**. Помимо официальных собраний, происходят еще тысячи, о которых мы не знаем – от тусовок до массовых уборок. И многие из региональных представительств создали некоммерческие организации и выдают гранты художникам, также как и мы.

Хорошие примеры: **Afrika Burn** - самый крупный региональный ивент в 2015 году Afrika Burn посетило **13 000 человек** (проводится с 2007 года), или еще один из самых быстроразвивающихся – **Meat Burn** в Израиле. Перед тем как организовать такие крупные фестивали, все они начинали с маленьких встреч на пляжах.

Организаторы проводят лидерские саммиты, куда приезжают региональные представители и организаторы. Недавно прошла **10 конференция** в Окленде, помимо этого такие конференции проводятся в Европе и Сан-Франциско.

История и охват

Burning Man начался в 1986 году на пляже Baker Beach в Сан-Франциско, когда двое друзей – Джерри Джеймс и Ларри Харви – построили деревянную скульптуру и решили сжечь её прямо на пляже. Люди вокруг увидели это и начали подтягиваться к костру, праздновать, и это положило начало первому Burning Man. Мероприятие стало повторяться каждый год на том же пляже, когда количество участников превысило 500 человек, власти попросили организаторов найти другое место и фестиваль переехал в пустыню в Неваде под названием Black Rock City. Первый год это было абсолютно незапланированное поселение для 120 человек, которые просто поехали веселиться. Никакие билеты не продавались – это была бесплатная самодеятельность от людей, которые привезли палатки и развлечения для себя и для своих друзей. С 1992 по 1996 год фестиваль увеличивался, и в 1996 году в Burning Man участвовали 8000 человек. К 2004 году число участников достигло 35 664 человек и с 2013 года по настоящее время поддерживается организаторами на уровне 67-69 000 человек, т.к. есть специальные разрешения, которые организаторы получают от властей и чтобы превысить планку в 70 000 участников, нужно пройти много инстанций и собрать кучу бумаг, сейчас для них это достаточно сложно и пока

они планируют поддерживать численность в этом пределе.

На официальном сайте представлена подробная история развития фестиваля, включая таймлинию с объектам, и даже эволюцию дизайна билетов.

Как устроена площадка:

Burning Man располагается на территории в 13 квадратных километров на которой строится целый город, который выглядит, как часы: на 12 часов расположен храм, а на 6 часов – центральный лагерь. В центре находятся арт-объекты, перформансы, главный лагерь. Большие клубы и дискотеки располагаются на последних улицах, чтобы звук шел в пустыню и не беспокоил окружающих. Круг этих часов не замыкается – организаторы намеренно оставляют выход к пустыне, что отражает взгляды и принципы комьюнити: открытость и стремление соединиться с природой.

Фиолетовая территория – тематические

лагеря, в которые каждый год люди привозят свои воркшопы и делятся увлечениями: разливают чай, наряжаются, смотрят фильмы и многое другое.

Места, отмеченные белым – это свободная территория, где можно поставить палатку и расположиться безо всякого предупреждения.

В центральном лагере находятся основные сервисы, которые помогают арт-объектам и где просто можно узнать ответ на любой организационный вопрос.

Burning Man предоставляет основную инфраструктуру города: разлиновывает территорию, привозит туалеты и медицинское сопровождение. А ещё у фестиваля есть лицензированный аэропорт.

Поддерживать порядок, сделать пребывание комфортным и веселым, обслуживать фестиваль помогают около 800 волонтеров – Black rock rangers. Стать волонтером можно подав заявку на сайте.

Сообщество работает через так назы-

<p>08 200</p> <p>599 43,558</p>	<p>CLOSE EX</p>	
	<p>2016</p> <p>AUG 28TH - SEPT 5TH</p>	<p>THEME:</p> <p>DA VINCI'S WORKSHOP</p>
<p>75'</p>	<p>70' TALL</p> <p>42'</p> <p>28'</p>	<p>2016's Burning Man Theme, "Da Vinci's Workshop", offered an opportunity for participants to explore the similarities between the Italian Renaissance centered in Florence, and Burning Man in an "attempt to recreate this potent social alchemy by combining Burning Man art, maker culture and creative philanthropy to make Black Rock City the epicenter of a new renaissance". Themes of patronage, alternative forms of funding and similarities between existing Burning Man phenomenon such as Theme Camps and how they correlate with the Renaissance were explored in</p>
<p>2016 BURNING MAN AND DA VINCI'S</p>		

ваемые лагеря (camps), которые привозят разные арт-объекты, роботов, и другие интерактивные штуки. И всё это организуют и доставляют сами участники.

Цитата организаторов: "Мы привозим лишь большую деревянную статую горящего человека, которую сжигаем в субботу вечером. Это ежегодный ритуал. Много людей спрашивают, что означает эта скульптура. И всегда наш ответ такой: «Что хотите, то и значит»".

Организаторы Burning Man:

Организатором фестиваля является компания Black Rock City LLC, созданная создателями фестиваля. Компания растет и развивается вместе с фестивалем уже не первое десятилетие.

Структура компании выглядит следующим образом:

На самой вершине пирамиды находятся "**Основатели**" (Founders) - это **6 человек**, они занимаются стратегией, идеологией, развитием фестиваля, они являются его идейными вдохновителями и создателями. Далее по структуре следует "**Совет директо-**

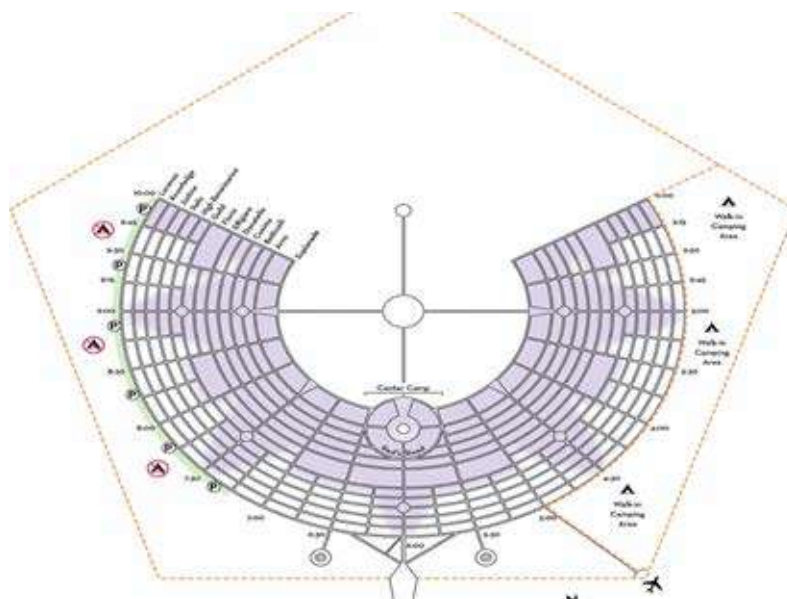
ров" (Board of Directors) из **17 человек**, которые занимаются оперативным управлением в организации и поддержании фестиваля. За членами совета закреплены определенные направления (1 или несколько), например, Мариан Гуделл - основатель и главный исполнительный директор проекта, Ларри Харви - основатель и арт директор фестиваля, Стивен Распа - член совета директоров и директор по региональному развитию Burning Man. Важно отметить, что все 6 основателей входят в состав совета.

Команда организаторов состоит из **80 постоянных сотрудников** и около **60 сезонных** (так называемых заслуженных "бёрнеров"). Довольно большая команда, с учетом того, что все экспонаты и активности создаются самими участниками либо с непосредственным их вовлечением.

Финансовая модель фестиваля:

Годовой оборот компании (единственная задача которой - организация фестиваля) составляет приблизительно 30 000 000 долл. США.

Финансовая политика Burning Man – это



прозрачность. Все ежегодные отчеты выкладываются в свободном доступе на сайте, вся финансовая информация является открытой, организация некоммерческая, прибыли не приносит.

Невозможно не отметить, что все отчеты оформлены творчески, в стиле, например, сказки или комикса.

Обычно на территории фестиваля располагается около **1000 арт-объектов**. Примерно **200 из них созданы с финансовой поддержкой организаторов**, остальные – только силами их создателей. Каждый год организаторы тратят **1 500 000 долл. США** на гранты.

Все гранты идут только от продажи билетов. Но иногда от членов нашего комьюнити поступают пожертвования, которые тоже используются для грантов или устройства города. Также региональные фестивали, когда проводят ивенты, отправляют остаток бюджета в фонд глобальных грантов, чтобы помочь художникам. Например, в 2015 году участники Burning Man пожертвовали бо-

лее 1 000 000 долл. США, 53% всех денег ушли на поддержку арт-объектов.

Стоимость участия для участника из России в среднем — **3 500 долл. США** (с учетом перелета):

\$1000: авиабилеты Москва-Лас-Вегас-Москва;

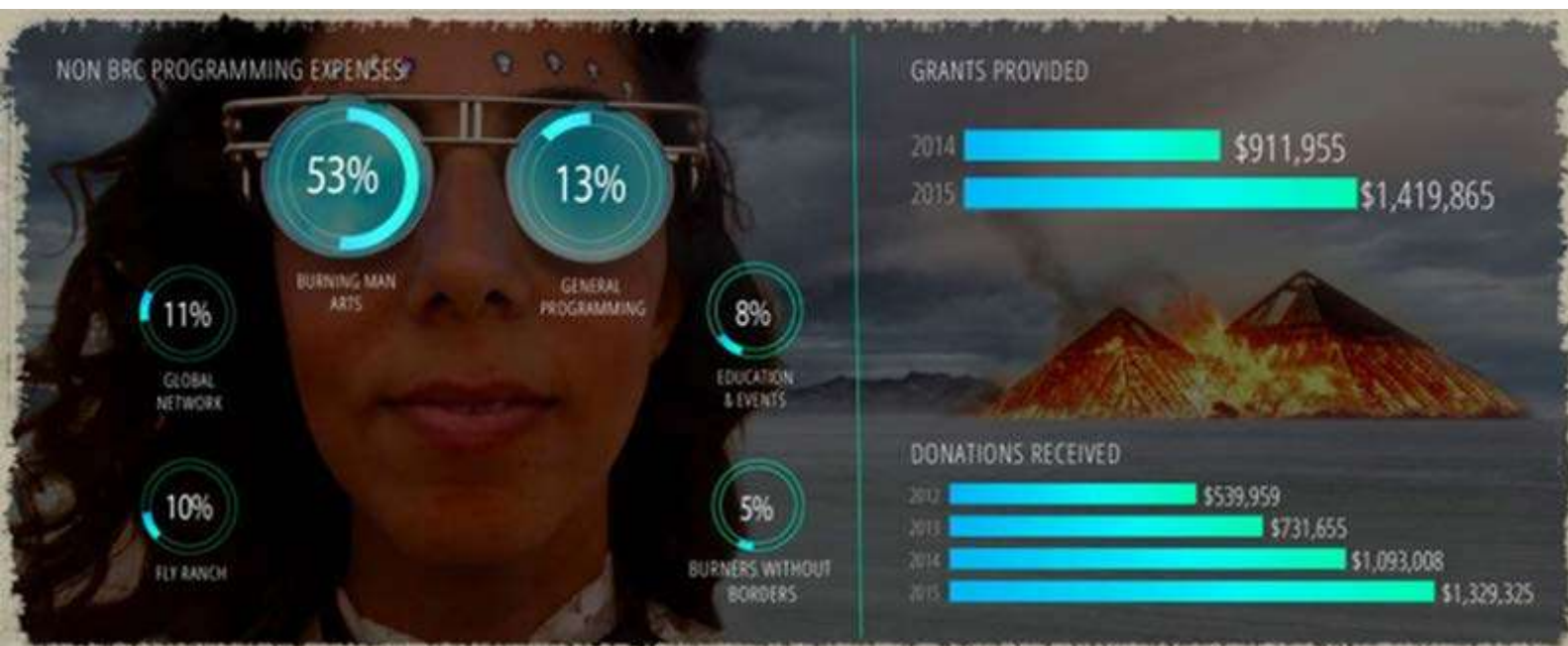
\$427: средняя стоимость перелета туда-обратно из США до Рено (прямой рейс до Блэк-Рок Сити стоит в среднем \$1250);

\$450: билет на фестиваль + сборы;

\$80: пропуск для въезда;

\$130: аренда автомобиля в аэропорту Рено (можно взять машину + палатку на четыре дня за \$800).

Отзыв участника: *“У нас получилось примерно \$3500 на человека, без костюмов, авиаперелетов и лагерных сборов. Мы жили втроем в доме на колесах, на котором добирались из Лос-Анджелеса. Но мы не очень сэкономили и довольно много лишнего купили”.*





Интересные факты и участники:

- Burning Man стал тестовым полигоном для ранних версий **Google Maps** и первых моделей **Tesla**. Инженер Майкл Фэйвор, который работал с Google над этим проектом в 2006 году, объясняет, что «сила Google в том, что им не нужно делать всю работу. Люди, публикующие контент, делают это за них. Так же и с Burning Man. Граждане города сами создают большую часть проектов»

- В 2015 году русские ребята привезли и собрали потрясающий арт объект – космическую станцию «Мир». Команда называет себя **«Пустые холмы»** и состоит из 22 человек – участников многочисленных арт- и архитектурных проектов, дизайнеров, архитекторов, писателей, музыкантов и путешественников. Создание арт-объекта «Колыбель МИРа» обошлось в 1,8 млн рублей, и только часть от этой суммы была получена благодаря гранту. Недостающие деньги ребятам пришлось собирать самим на Kikstarter и Planeta.ru. На Kikstarter команда собрала \$12 000.

- **Flaming Lotus Girls** – это группа художников-добровольцев, которые создают крупномасштабные кинетические инсталляции с применением огня. Группа была основана в 2000 году в Сан-Франциско шестью женщинами и двумя мужчинами, которые хотели научиться создавать и проектировать большие скульптуры. Сейчас в группе около 100 человек.

- **Сооснователь Google Ларри Пейдж** озвучил идею создания специальных зон по образу и подобию Burning Man, в которых предприниматели могли бы тестировать новые продукты без каких-либо правил и ограничений. На ежегодном собрании разработчиков Google в 2013 году он сказал: *«Мы не хотим, чтобы мир менялся слишком быстро. Но, возможно, мы могли бы выделить для этих целей частичку мира... К примеру, я люблю ездить на фестиваль Burning Man. Это среда, в которой можно пробовать новое. Я думаю, что нам, инженерам, не помешало бы иметь отдельные безопасные места, где можно испытывать новые вещи и определять эффект, который они будут оказывать на общество. Так можно было бы увидеть их влияние на людей без необходимости разворачивать этот продукт на весь мир».*

- **Илона Маск** спросили о «Кремниевой долине», сатирическом сериале о культуре высоких технологий от канала НВО, тот ответил: «Мне кажется, что, режиссер сериала, Майк Джадж ни разу не был на фести-

вале Burning Man, который для Кремниевой долины является... Если вы там не были, вы просто не поймете».

Ссылки:

- <https://burningman.org/>
- <https://rb.ru/longread/russian-burners/>
- <http://www.businessinsider.com/google-ceo-larry-page-wants-a-place-for-experiments-2013-5>
- <https://www.vox.com/2014/8/22/6050625/why-silicon-valley-billionaires-are-obsessed-with-burning-man>
- <https://rb.ru/story/burning-man/>
- <https://burningman.org/culture/stories/media-coverage/2014-media-coverage/>
- Положение о фестивале: <https://z9hbb3mwou383x1930ve0ugl-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/BMP-Restated-Bylaws-July-24-2014.pdf>
- Пример отчета: https://z9hbb3mwou383x1930ve0ugl-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/BMP_AnnualReport_2016.pdf



ВЫХОД:

ВЫХОД:

БУДУЩЕ
РЯДОМ

ФЕСТИВАЛЬ «ПУСК»

Фестиваль световых инсталляций и электронной музыки во Владивостоке.

В рамках фестиваля молодые дизайнеры, архитекторы, инженеры и программисты из Владивостока и других городов России придумывают и самостоятельно монтируют авторские арт-инсталляции. Объекты создаются при помощи световых, цифровых и проекционных технологий. «Пуск» направлено на объединение в себе технологического искусства, актуальных инженерных решений, образовательной составляющей и электронной музыки. Фестиваль проводится ежегодно на территории г. Владивостока начиная с 2014 г. В 2017 году на фестивале было представлено 27 экспозиций, которые создавали около 165 участников, общее число посетителей составило более 6000 тыс.

История фестиваля:

2014 г. - фестиваль впервые был проведен на территории ДВФУ. В рамках проекта «Fiat Lux!» организаторы превратили заброшенную школу, расположенную в кампусе ДВФУ, в арт-объект. Два этажа школы целиком заняли видеоинсталляции – всего их было 12. В 2014 г. организаторы вдохновлялись персонажами сказки Сельмы Лагерлёф. Вход для зрителей был бесплатным. Ключевым событием вечера стал лайв от Ishome (Краснодар).

2015 г. – инсталляции и аудиовизуальные объекты проектировал на тему космоса. Дополнил тему «космоса» московский музыкант Jan Amit.

2016 г. Фестиваль проводился во Дворце Антонио Михе (Океанский проспект, 43, бывший Дом пионеров). 2016 г. – «Пуск» прошел 27 августа во Дворце Антонио Михе (Океанский проспект, 43, бывший Дом пионеров), который только на один вечер появился в центре Владивостока. На фестивале выступил WoodJu – специально приглашенный электронный музыкант из Москвы, а также Fox&Hound Duo (Live instrumental), Misha Federal (Electronic), STOPPERS (DNB).





2017 г. – фестиваль проводился на территории ДВФУ под общей темой BIG DATA («Большие данные»). В рамках фестиваля «Пуск 2017» все жители города познакомились с уникальными для Владивостока технологическими арт-работами с использованием световых, цифровых и проекционных технологий, посещают лекции и мастер-классы, участвуют в работе интерактивных технологических площадок. Все объекты проектируются, производятся и монтируются участниками фестиваля, прошедшими предварительный конкурсный отбор и знакомыми с площадкой и ее техническими возможностями. Прошли live-выступления Nuage (Санкт-Петербург) – резидента берлинского лейбла Project Mooncircle и Mostapace (Казань) – резидента лейбла Get Busy.

Организаторы Фестиваля:

Екатерина Беляева – идеолог-организатор
Изначально проект организовывало 5 человек, сейчас, по мере расширения аудитории количество задействованных лиц увеличивается.

Объекты фестиваля проектировались и создавались с использованием световых, цифровых и проекционных технологий. Локации выставки расположены так, чтобы каждый гость мог ознакомиться с каждым экспонатом/арт-объектом.

Несмотря на узкую специфику на фестивале проходят несколько разных форматов:

- выставка с техническими новинками, лекции и мастер-классы, встречи с учеными и экскурсии в лабораториях. Например, в рамках подготовки к фестивалю в коворкинге «Аякс» с 27 сентября до 1 октября прошел воркшоп «Города будущего: архитектура, технологии, большие данные». Участники воркшопа сформулировали будущий портрет развития городской среды с двух сторон: аналитическо-планировочной и архитектурно-дизайнерской. Разделившись на две группы, они провели анализ данных по Владивостоку в платформе Habidatum Chronotope и создали архитектурные прототипы объектов городской среды. Посетить лекции экспертов смогли все желающие.

Взаимодействие с участниками:

Работа по подготовке к мероприятию начинается за 3,5 - 3 месяца. Около месяца

отводится на прием и рассмотрение заявок на участие. После принятия заявки ответным письмом высылают участникам конкретную площадку, и они точно знают даты проведения и знают, за сколько они должны быть готовы. После отбора всех участников проводится 3 организационных встречи, на которых оговариваются организационные моменты, дедлайны, необходимая документация.

Партнеры фестиваля:

ДВФУ – Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования, программа гранты Президента – гос.поддержка, КлассКаркас – компания по продажам легких стальных конструкций для бытовых и производственных нужд: основа для стеллажей, навесов, теплиц, гаражей и пр. АНО “Де-фриз” – Автономная некоммерческая организация развития культурного потенциала Приморского края.

Билеты:

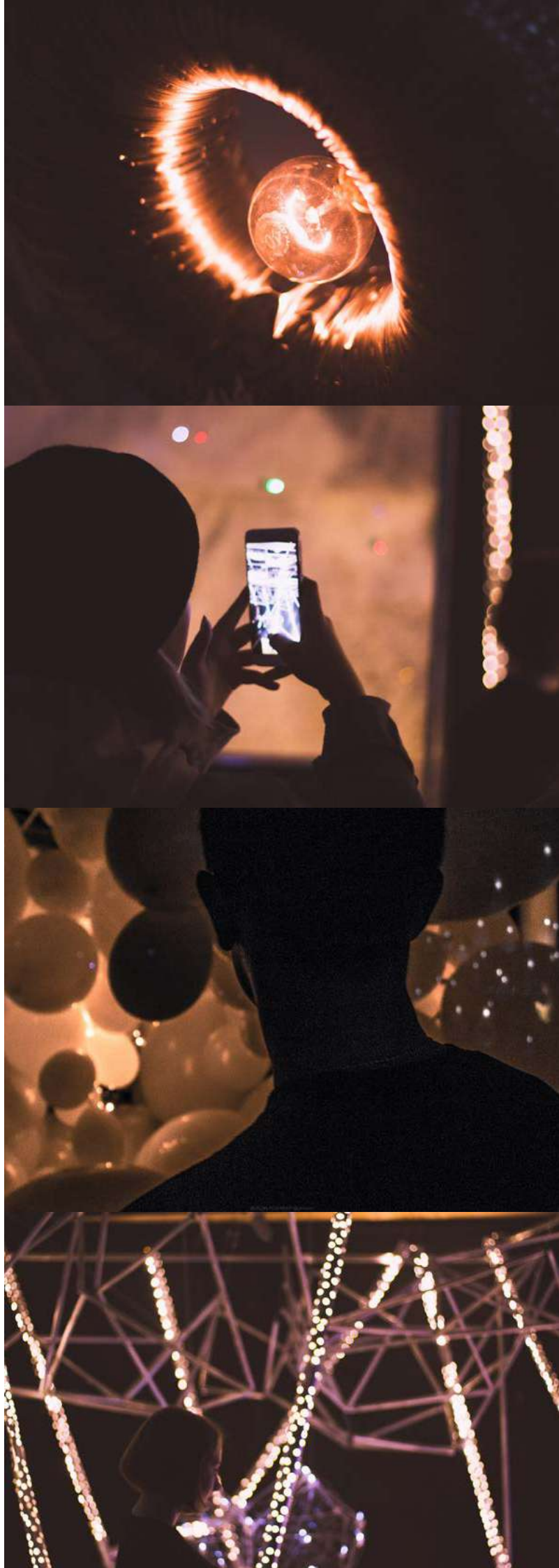
Участники проходят на фестиваль без покупки билета. «Пуск» – это некоммерческий фестиваль, который проводится при поддержке партнеров. Организаторы и участники фестиваля работают бесплатно. Вход для зрителей – бесплатный. Средства, полученные от партнеров, идут на техническое оснащение площадки, оборудование и материалы для арт-инсталляций.

Политика работы со спонсорами:

С каждым партнером работают индивидуально. Организаторы могут предложить интеграцию бренда в одну из инсталляций фестиваля. Всего партнерских инсталляций немного – и каждая из них уникальна.

Есть проблема, связанная с инвестиционной не привлекательностью для инвесторов Владивостока: “часть партнеров говорят, что наш регион не входит в их систему приоритетов и лучше они отдадут 1,5 миллиона в Москву, где примут и посетят мероприятие меньшее количество людей, как они говорят, все так делают, и мы так делаем.

Общие затраты на проведение фестиваля: 3 829 451 руб.





Социальные сети:

<https://www.instagram.com/pusk.co/> – 1487 подписчиков

<https://www.facebook.com/puskfestival>

<https://vk.com/puskfestival>

Справочные материалы:

<https://президентскиегранты.рф/Project/View/9136> - о "Пуске"

Согласно отзывам по последнему проведенному фестивалю: не обошлось без конфликтов с охраной "В пол второго шел по нижнему этажу, случайно нашел дверь выход, которая всю жизнь была закрыта, вышел, тут же зашел и охранник не пустил. Тупость полнейшая. Осадок от фестиваля. Начальник охраны принес листовку, в которой написано «назад двигаться запрещено». Если это трактуется так, что нельзя вернуться к экспозициям, возле которых был и нужно обязательно выйти через дверь в конце на улицу, то организация фестиваля - шлак.

Ставлю этому фестивалю:

2 из 10 по организации

4 из 10 по экспозициям

2 из 10 по логистике

3 из 10 по звуку "

проблема с выпиской пропуска.

Большинство же отзывов носит положительный характер, и характеризует мероприятие как : креативное, запоминающееся, яркое

ИНТЕРВЬЮ: ЕКАТЕРИНА БЕЛЯЕВА

Организатор «ПУСК»



Меня зовут Екатерина Беляева, и мы делаем фестиваль «Пуск», который будет проходить пятый раз, то есть пятый год. Я начала организовывать данный фестиваль будучи физическим лицом, еще 2014 году. На данный момент у меня есть некоммерческая организация, где я являюсь Президентом примерно 2 года.

А зачем она нужна была?

Она нужна была мне для того, чтобы реализовывать вот такие мероприятия и инициативы, они относятся к культуре и медиа и нацелены для того, чтобы получать субсидии и гранты и, вообще, взаимодействовать с юридическими лицами, потому что очень много организаций, которые хотели организовывать вместе с нами, не могли себе это позволить, потому что они могут работать только с юридическими лицами, так как они переводят деньги на счет и писать там за что, кому и как они переводят средства. Почему я организовываю это мероприятие, потому что мне нравится место, где я живу, мне нравят-

ся люди, с которыми я взаимодействую, атмосфера и воздействие на зрителей, которое мы получаем в результате мероприятия. Мне нравится смотреть, какие навыки получают участники мероприятия и как они решают свои прикладные задачи, как они самореализовываются, как они растут из года в год. Потому что все было кустарно в 2014 году, а в 2017 совсем иначе, великая разница.

А как вообще появилась идея создания мероприятия?

Идея появилась так: мне просто хотелось привести классную музыканта, странно звучит, в общем, это девушка. У нас музыка такого формата до этого не появлялась, поэтому мне захотелось ее привезти и сделать это в таком странном, нетрадиционном формате, объединить искусство и музыку, объединить людей, которые что-то будут делать руками, и создать определенную атмосферу. Первое наше мероприятие, даже не называлось фестиваль, назывался арт-эксперимент «Да будет свет», то есть он впоследствии перерос,



и был изначально таким объединением для людей искусства города, и объединил неравнодушных людей, которые хотели что-то сделать и показать это общественности. Это шло в оперативном режиме, и все удачно сложилось, что эта девушка летела сюда, в Находку, она не была здесь 14 лет и внезапно, человек из Краснодара на самом деле почти отсюда, она купила уже билет, чтобы навестить отца. И вышло, что часть расходов она взяла на себя. Затем так совпало, что у моих знакомых оказалась площадка, заброшенная школа, и мы там занимались «черными делишками». Мы ее отреставрировали в какой-то степени, так как она была после пожара.

Сколько человек тебе помогло?

Может быть, человек 5. Бюджет был тогда примерно 60 тыс., но пришло тогда примерно 700 чел. Это круто, потому что все создавалось из подручных материалов. И причем, 25 тыс. ушло Мире, за то, что она отыграла свой сет, то есть бюджет еще меньше. Мы все делали своими силами, приводили помещение в порядок, и кто-то из ребят приносил свое оборудование. Было много странного и людям очень сильно понравилась форма. Она основывалась на сказках, она была безумна. И в вечернее время суток. С тех пор, есть некоторые базисные концепции, которые мы используем до сих пор. Одна из них – это

наша атмосфера, что-то загадочное. Второе – это то, что человек путешествует по площадке, зашел с одних дверей, а вышел через другие. Это позволяет очень хорошо организовываться, если большие потоки людей, по принципу Икея. И участник может увидеть все на своем пути.

То есть вы выстраиваете траекторию?

Да, траектория, мы делаем путешествие по сказке и ведем по разным локациям. В школе были классы, в каждом были свои объекты, но связующее — это сказки. Третий постулат – это отсутствие алкоголя на площадке и наркотических веществ. Принципы работы с сообществом у меня начали формироваться с 2015 г., но в 2014 все было по наитию и абсурдное, и странное. И именно все вспоминают, 2014 и 2015 г. аутлайн начал делать в том же году, на стыке медиа и арта. Четвертый постулат – мы возим российских молодых музыкантов, хочется популяризировать российскую электронную сцену, потому что у нас много молодых талантов, но в регионе мало кто про них знает. Я радуюсь, когда захожу в группу до мероприятия и после, и вижу в подписчиках прирост. До 2017 г. я работала с ними бесплатно и не выплачивала гонорар, договаривались, что оплачиваем билет и проживание, и все были достаточно лояльны, так как большинство никогда не было во Владивостоке.

А за сколько вы начинаете готовить мероприятие?

Месяца полтора-два, там было очень тяжело, так как даже не было света, и мы договаривались с Администрацией города, чтобы там можно было его провести. Поэтому у нас и назывался проект «Да будет свет!», потому что мы туда провели свет. Согласовать это было очень тяжело.

Скажи, а как вы информировали публику, через какие каналы и почему так много людей пришло?

Участников или зрителей?

Зрителей, которые ходили по выставке.

У нас в городе просто ничего не происходит, поэтому достаточно было чему-то странному такому появиться и это все проанонсировали, мы не писали релизов. Было только интервью во «Владивостоке-3000», которое потом другие СМИ скопировали.

А графические материалы?

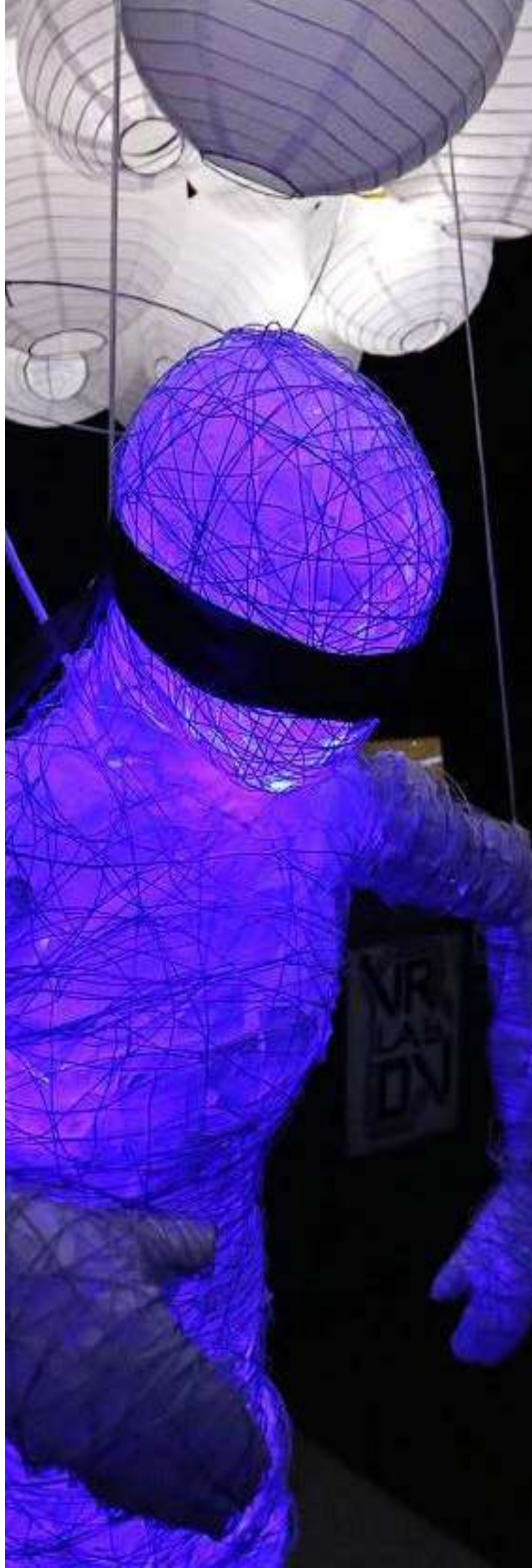
Это все я сама делала, и была элементарная навигация, потому что это было довольно аутентичное помещение, такие мигающие лампы, мы специально в стены вставляли огонечки, эта навигация олдовая смотрелась хорошо. Все перепостили, а я думала, что делаю мероприятие для друзей и друзей друзей. Видимо сарафанное радио, СМИ: я до сих пор считаю по опросам, только 20% пришло по прямой рекламе, в основном все пришли по советам друзей. Все рассказывали своим и приглашения шли дальше и дальше.

Правильно ли я понимаю, что ключевая задача мейкерского мероприятия — это вовлечь как можно больше людей, которые будут делать это мероприятие?

Конечно, ну и вообще самое тяжелое в этом всем — это взаимодействие с участниками, вот это все СМИ, полиграфия, это все ни о чем. Самое сложное — это воспитание сообщества.

Расскажи, а как ты это делаешь?

Самое важное — это быть на одной волне с ними, и быть модными. Если вы не модные, молодые люди к вам не придут. Должен быть некий авторитет в этом движении. И вот они появились первые и те, с кем мы работаем,





сейчас совсем другие самое сложное – это их привлечь, удержать, и самое сложное, это когда ты начинаешь с ними взаимодействовать и давишь на них, потому что ты требуешь с них смету, а так как все люди творческие, они очень сильно боятся дедлайнов. В 2017 г. мы заключали с ними договора, и я очень переживала на счет этого, потому что скажешь: «Давайте заключим с вами небольшой договорчик...», и они после этих слов: «Ооо, формализм». Они могут негативно среагировать, и как только там появляются «пиджаки», они сразу не воспринимают этого. Они любят творить то, что им придет в голову. Если говорить про работу с участниками, то я начинаю собирать заявки за 3-3,5 месяца.

А как ты ищешь людей, который приглашаешь?

Раньше я очень активно искала, потому что мало кто про нас знал. Я ходила во ВГУЭС, Академию искусств, ДВФУ и помню, как архитекторы вообще не хотели в этом участвовать, потом им понравилось, и они сейчас постоянно участвуют. Дальше примерно около месяца длится прием заявок. Прием длится с осознанием того, что за площадка. Чем раньше появится понимание о площадке и тематике, тем будут легче тематика и они будут идти рука об руку. То есть площадка диктует тематику и наоборот. У нас каждый год разные площадки, разные темы, и они должны дружить между собой. После принятия заявки мы ответным письмом высылаем участникам конкретную площадку, и они точно знают даты проведения и знают, за сколько они

должны быть готовы. Дальше, после того, как мы отобрали людей с интересными идеями, эскизами, но я не всегда прошу людей на стадии заявки прислать готовый эскиз, потому что, например, в этом году мы проводили интенсив, где можно было доработать свои проекты и даже пересобрать свою команду.

Сколько длился интенсив?

Он шел 5 дней и проходил с утра до вечера. И, в общем, я никогда не прошу окончательный эскиз и смету, это уже решится по ходу. Мы отбираем по формальному принципу (не должно быть политики и что-то на грани современного искусства), мы не институция, у нас своя атмосфера и свой формат. Некие объекты должны быть понятны и детям, и взрослым. Дальше мы отбираем количество людей, и я назначаю 3 встречи. На первой я рассказываю о принципах и правилах работы, я озвучиваю все даты. Про первый дедлайн по идее и сметы. Дальше про принципы организации, действует у нас принцип 20/80, чтобы люди понимали ответственность. В этом году мы работали по гранту, я рассказывала про договора, про все детали. В этом году было неудобно, так как у нас была совместная закупка всех материалов, и из-за условий мы не могли выдавать деньги гранта. Вторая встреча – это осмотр площадки, мы все вместе ходим по площадке. Все могут сказать кто что решил, где хочет остановиться, что требуется по части крепежа и т.д. И третья встреча – это когда мы точно закрепляем все места, когда есть все эскизы, идеи, есть полное понимание, и тогда мы разруливаем все технические



моменты, а все остальные площадки они более ответственно. Переломный момент – когда ты ставишь дедлайн, по полностью того, что необходимо, потому что часть людей, которые больше всех хотели, они сливаются. Но нужно курировать людей, подсказывать особенно к новичкам. А в этом году я поняла, что нам нужны наставники. Чтобы один нес смысловую нагрузку вообще всего. Наставники как раз те люди, которые участвовали и знают, как это было, либо архитекторы, преподаватели. В этом году я хотела бы сделать одного наставника для 2-х команд.

Как ты собираешься их мотивировать?

Деньгами. Ну, не больше 10 тыс, потому что это должна быть мотивирующая история. Мне хотелось бы на самом деле привлечь преподавателей. Потому что, если история только про деньги, то нет. Потому что как говорят: «Наставник – это тот человек, которому можно позвонить ночью». Пока в моей картине все хотят такого наставника. Поэтому вижу это все так.

Как ты видишь фестиваль в последующие годы и его развитие как проекта?

Мне бы хотелось, чтобы этот фестиваль стал одним из главных в стране. Хочется, чтобы территориально было во Владивостоке. Нам часть пишут из Москвы и говорят, что у нас так круто и они хотят, но все так далеко. Хотелось, чтобы люди ехали сюда, потому что нигде такого нет. Хочется, чтобы было больше площадок. В связи с ограниченностью бюджета, команд, чтобы было больше образовательного движения, практики, и чтобы во вре-

мя фестиваля были мастер-классы, где есть площадки для детей, фудкорт, где все красиво и в одной стилистике. Достоинством от подобных мероприятий является атмосфера.

Расскажи еще про партнеров, как ты их находишь, как работаешь.

Я нахожу по-разному, иногда люди сами пишут, когда я озвучиваю цены. Большая часть партнеров говорят, что наш регион не входит в их систему приоритетов и лучше они отдадут 1,5 миллиона в Москву, где примут и посетят мероприятие меньшее количество людей. Как они говорят: “Все так делают и мы так делаем”. Даже если есть партнеры, крутой маркетолог, все равно в Москве отказывают, и местные бизнесы не понимают, что это, они привыкли к старому варианту. С этим сложно бороться. Скорее тут партнерские связи в виде бесплатных площадок, как ДВФУ. У нас есть взаимодействие с властью, скорую, пожарных все согласовывают без проблем. На новом фестивале хочу попробовать снова делать в центре, там есть муниципальная собственность, в очень плохом состоянии, но интересно ее переделать и преобразить.

Расскажи, а как фестиваль живет между очными точками.

Меня радует, что у нас сохраняется общий чат участников в телеграмме, они общаются. Скоро будет встреча с ними, где я расскажу свое видение, услышу их критику, возможно что-то доработаем интересное. Как раз это им и нравится, у нас есть два телеграмма с общением и без. Там, где мы общаемся (75 чел), хотелось бы в каком-то более постоянном формате привозить крутых людей. В этом году хочется задействовать приезжих, чтобы они увидели, что делают и как делают в других странах. Но это сильно раздувает бюджет, финансовый вопрос всегда проблемный.

На кого ты ориентируешься?

Alfa Future People, Burning Man. Я смотрю, как они проводят. Про участников добавила бы, у нас очень развиты горизонтальные связи, они всегда могут ко мне обратиться, начиная от переделывания благодарственных писем и грамот и заканчивая всем, чем я смогу помочь. Мне кажется, если бы я была больше снобом, то со мной меньше бы взаимодействовали. Очень важна простота в работе, ты даешь людям свободно творить, всё должно быть по фану, иначе это превратится в заказ.





ФЕСТИВАЛЬ «ПОЛИТЕХ»



Вы организовывали фестиваль Политех?

Как заместитель директора музея я отвечал за образовательное направление в рамках работы музея в целом. Это достаточно объемная область работ, куда входил и фестиваль. Политех – это уличный фестиваль науки.

Подскажите, как устроена организационная работа по подготовке мероприятия, сколько людей работает в оргкомитете, привлекаете ли вы подрядчиков, если да, то какие блоки задач они закрывают?

Над организацией фестиваля работает ко-

манда людей: кто-то отвечает за программную часть; кто-то – за техническую часть, кто-то – за административную часть и т.д. Команда в среднем насчитывает 15 человек. Также есть ответственные за пиар и продвижение.

Когда фестиваль идёт два дня, а готовится три месяца, это значит, что за два дня нужно объединить все усилия. Но при этом, у нас нет столько техники и оборудования, чтобы обеспечить проведение фестиваля. Для этого мы нанимаем подрядчиков. Работают специальные люди, которые завозят технику на два дня, устанавливают и обеспечивают ее работу. Для выбора подрядчика проводится тендер.



Расскажите про жизненный цикл вашего мероприятия. За какое время начинается процесс организации, какие этапы вы можете выделить в подготовке?

В нашем случае организация фестиваля начинается за девять месяцев с формирования программы. Происходит взаимодействие с исполнителями, участниками мероприятия, спонсорами. Месяца за три до начала мероприятия заключаются договоры с исполнителями. За неделю до фестиваля начинается монтаж оборудования. Какие-то проекты неделю, какие-то быстрее.

А какую цель команда организаторов преследовала при проектировании мероприятия? Для чего задумывался этот фестиваль, и удалось ли оправдать ожидания и добиться этой цели?

Изначально у фестиваля была конкретная цель – рассказать о музее, создать определенную ауру вокруг него и привлечь интерес. По моему мнению, эта цель была достигнута.

На чем была основана концепция мероприятия, и как она проектировалась?

Концепция проектировалась исключительно интуицией. Организация фестиваля отталкивалась от того, каким бы люди хотели видеть музей или каким по ощущениям должен был быть музей. Поэтому, и по форме, и по содержанию это должно было быть каким-то неформальным, игривым, уличным, легким отражением музейной концепции.

С какого года проходит фестиваль?

Фестиваль проходит с 2014 года.

Как изменился за это время концепция фестиваля?

По моему мнению, концепция фестиваля не изменилась. Просто, за 4 года появился опыт в организации. Начали понимать соразмерность объектов, соразмерность архитектуры, что должно получиться в итоге. В этом плане, последний фестиваль был гораздо более цельным, чем предыдущие. Фестиваль – это некая среда, попадая внутрь которой ты чувствуешь себя определенным образом, получаешь какой-то заряд энергии, знаний. И в этом смысле фестиваль прогрессировал. Поэтому, концепция не изменилась, изменился подход к ее реализации.

Из каких форматов состоит программа фестиваля?



При формировании программы главное соблюдать баланс, используя различные форматы. Это и инсталляции, и мастер-классы, лекции, вечерние мероприятия и др. Очень многое зависит от выбранной площадки. От аудитории, на которую рассчитано мероприятие. Поэтому тут важен комплексный подход.

Назовите двух-трех спикеров фестиваля, которыми вы гордитесь, которые были действительно яркие, интересные, максимально полезные.

Я считаю, что выступление спикеров – это не формат фестиваля. Какой бы спикер не был замечательный, он соберет несколько сот людей в лучшем случае, если хорошая погода, а если дождь, то может на него не прийти и 50 человек. Формат фестиваля предусматривает скорее выстраивание интересного диалог с аудиторией, а не монолог спикера.

На какое количество людей рассчитывалось мероприятие? И сколько в итоге пришло?

Поскольку это открытый фестиваль для всех, то участниками становятся все, кто приходит. Мы не ведем специально подсчет посетителей мероприятия. К тому же, многое зависит от площадки, погоды и других факторов. Прошлый фестиваль проходил в солнечную погоду в парке Горького, поэтому люди исчислялись десятками тысяч.

С какими основными сложностями вы столкнулись при подготовке мероприятия?

Финансирование – это всегда сложность. В нашем случае, мы не столкнулись с такой проблемой, но если бы она появилась, достаточно сложно было бы ее преодолеть. Сложно создать в итоге то, что задумывал на начальном этапе.

Какие основные успехи фестиваля, с чем они были связаны?

Главный успех – фестиваль становится лучше год от года, прогрессирует. Команда организаторов стала более опытной, поэтому организация стала более четкой, а продукт – лучше. Мне кажется, это важно – сохранять команду и идеологию фестиваля из года в год.



GEEK PICNIC

Geek Picnic – крупный европейский научно-популярный фестиваль в формате open air, посвящённый современным технологиям, науке и творчеству. На территории РФ мероприятие проводится начиная с 2011 г.

Фестиваль направлен на:

- популяризацию науки – «о науке человеческим языком»;
- встречи с учеными и открытые дискуссии;
- презентацию последних достижений науки и техники;
- создание уникальной среды для тех, кто готов и хочет делиться знаниями.

Первый фестиваль прошёл в Санкт-Петербурге в 2011 году. С 2014 года Geek Picnic проводился в Москве и Петербурге одновременно. В 2016 году впервые Geek Picnic прошёл в Израиле. В 2017 году московский Geek Picnic прошёл 17-18 июня на территории музея-усадьбы «Коломенское». Фестиваль в Петербурге состоялся неделей позже, 24-25 июня, переместившись в Пулковский парк на юге города. В 2018 году фестиваль будет проводиться в Москве и Петербурге.

Научно-популярные лекции, шоу, косплей, виртуальная реальность, роботы, компьютерные игры, вкусная еда и отличная музыка – все это Geek Picnic.

Основной организатор мероприятия – ООО «EXPONENTA». Идеолог и основатель

(ген.дир. ООО «EXPONENTA») – Николай Горелый.

Основная команда состоит из продюсера мероприятия в задачи которого входит ведение переговоров и организационная часть. Программный директор – занимается набором кураторов в 4 зоны (науки, технологии, искусств и зона пикника).

Главной темой фестивалей 2017 года, со-организатором которого выступила «Лаборатория Касперского», была тема «Игры разума». В качестве приглашенных спикеров выступили: Александр Панчин, Пётр Левич, Илья Захаров, Даниэль Ламан и Василий Ключарев. Ключевым лектором петербургского фестиваля стал популяризатор науки Ричард Докинз, а в Москве в качестве главного гостя фестиваля выступил астрофизик Лоуренс Краусс.

Относительно 2018 г., поскольку организаторы решили расширить, то будут представители биотехнологии, образование, космос, экология, цифровое право, цифровая экономика, искусственный интеллект, виртуальная реальность, adults only – описание участников будет позже.

Расширение зоны проведения произошло в 2016, когда фестиваль прошел в Иерусалиме. В 2017 г. фестиваль прошел в Краснодаре.

Geek Picnic в 2016 году побил рекорд по посещаемости: петербургский фестиваль посетили 29 тысяч человек, московское мероприятие привлекло 27 тысяч зрителей, 500 000 человек побывали на сайте. В 2017 году этот показатель удвоился за счет расширения тематики и новых городов присутствия проекта: 200 000+ посетителей нас поддерживали.

Форматы:

Фестиваль проходит в течении 2 дней.

Программа мероприятия подразделяется на 4 зоны / сектора: наука, технологии, искусство и зона пикника.

Отдельный сектор закрепляется за отдельным человеком – куратором, который занимается его подготовкой.

На сайте мероприятия публикуется программа проведения, ссылка на приобретение билетов.

На площадке Expo располагаются компании, желающие продемонстрировать свои достижения или просто желающие заявить о себе.

В программе GEEK PICNIC на 2018 год запланировано первое в России шоу дронов в открытом небе, зона киберспорта (турнир с призовым фондом), схватки 100-килограммовых роботов, перфомансы, в выставочной зоне будут расположены арт-объекты. В этом году организаторы существенно изменили подход к контенту и расширили программу, которая будет состоять из специализированных треков: биотехнологии, образование, космос, экология, цифровое право, цифровая экономика, искусственный интеллект, виртуальная реальность, adults only.

Приглашенные знаменитости:

2016 г. был приглашен Джейми Хайнеман (“Разрушитель легенд”)

2017 г. астрофизик Лоуренс Краусс

2018 г. Организаторы пригласили мастера магии, известного иллюзиониста, чемпионку Международной федерации иллюзионных обществ – Элдера Гимарайша

2017 г. одним из наиболее ярких выступлений стала лекция французского футуриста **Жана-Кристофа Бони**. Он помог слушателям представить, как будет выглядеть наша жизнь через 20 лет и какими техноло-

гиями овладеет человечество. Бони является основателем стартапа, занимающегося созданием ИИ. Он разделяет опасения многих экспертов по поводу технологической безработицы, но настроен оптимистично: человечество сможет адаптироваться к новому миру.

Главным гостем фестиваля стал известный физик и популяризатор науки **Лоуренс Краусс**. Он рассказал, как устроен мир глазами ученого.

Ключевым лектором петербургского фестиваля стал популяризатор науки **Ричард Докинз**.

Найджел Акланд демонстрировал возможности самого продвинутого бионического протеза в мире Bebionic V3 и показывал проблемы и перспективы индустрии протезирования. Он предостерег: не стоит бездумно совершенствовать себя, установка протезов должна проводиться только по медицинским показателям.

256 квадратных метров заняла зона VR-развлечений. Там гости могли посмотреть кино в формате 360, пройти виртуальный квест, поиграть в игры и потестировать шлемы и приложения от различных разработчиков. В других зонах проводились различные мастер-классы и демонстрировались физические и химические опыты.

Одной из самых ярких площадок фестиваля стала арт-зона. Участники фестиваля рисовали граффити, продавали комиксы, авторские украшения и стикеры и проводили мастер-классы.

Затраты на организацию и проведение мероприятия финансируются за счет привлечение спонсорской помощи и коммерческой части (оплата за возможность презентовать себя в зоне EXPO). На данный момент фестиваль получают до 70% своего бюджета от партнеров, и только 30% – с продажи билетов. Относительно окупаемости проводимого мероприятия – не окупается (согласно информации находящейся в свободном доступе).

Вход на фестиваль платный. Посетители приобретают билет, которые делятся на категории.

Типы билетов:

Входной – билет для посетителей старше 12 лет.

Входной на оба дня – любой из билетов может быть приобретен как на один, так и на оба дня. Программа, состав артистов и спикеров уникальны для каждого из дней.



Билет на троих – билет на трех взрослых.
VIP-билет – отдельный вход, VIP-зона (FREE BAR и фуршет), футболка GEEK PICNIC, комикс, приоритетные места на лекциях и автограф-сессии.

Детский – входной билет для детей от 7 до 12 лет. Детям до 6 лет вход на фестиваль бесплатный в сопровождении взрослых.

Билет + комикс – входной билет для посетителей старше 12 лет. Ограниченная серия билетов со сборником лучших авторских комиксов от российских художников. Получить комикс можно будет в день мероприятия на информационной стойке.

*На примере Краснодара билеты подразделялись на:

Детский (от 250 р.), взрослый (от 450 р.), на троих (от 1100 р.), семейный (от 900 р.).

В соц.сети «ВКонтакте» в официальной группе сообщества Geek Picnic за активное участие в выборе спикеров GEEK PICNIC 2018 наиболее активный участник, который вдохновил привезти в Россию мастера магии, известного иллюзиониста, чемпиона Международной федерации иллюзионных обществ - Элдера Гимарайша, получил 5 билетов на фестиваль.

Пользователи социальных сетей назвали проблемы с организацией одним из главных минусов фестиваля. На билетах и сайтах распространителей было указано время начала мероприятия – 10:00, в то время, как пикник должен был стартовать в 12:00. Запускать субботничих посетителей начали еще позже, в результате на входе образовалась большая очередь. Как сообщают организаторы, одной из причин заминки стали «природные сюрпризы несколькими днями ранее». Кроме того, негативную реакцию у некоторых пользователей вызвал анонс лекции Егора Просвирнина – главного редактора портала «Спутник и Погром», который позиционируется как информационный ресурс русских националистов. Они считали ее неуместной на научно-популярном мероприятии.

Перечень партнеров и спонсоров мероприятия:

МТС, Альфа-банк, PayPal, MediaTek Labs, Ulmart, Playstation, ЛСР, «Лаборатория Касперского», Efes Rus, Мегафон

Медиа-исследование:

Создание базы положительных и отрицательных отзывов о мероприятии, опи-

сание «цифрового следа» мероприятия в социальных сетях и СМИ, исследование пиар-кампаний мероприятий.

Информация о результатах мероприятия публикуется на официальных страницах сообщества (Вконтакте, Facebook, Telegram, Instagram).

О результатах проведения статьи и сюжеты в СМИ.

Поскольку мероприятие крупное, не обходится без скандалов:

Geek Picnic не может заплатить Ричарду Докинзу и другим участникам. Организаторы объясняют это «низкой маржинальностью» (публикация <https://meduza.io/feature/2017/10/18/geek-picnic-nemozhet-zaplatit-richardu-dokinzu-i-drugim-uchastnikam-organizatory-ob-yasnyayut-eto-nizkoj-marzhinalnostyu>)

На Geek Picnic в Москве выступил создатель «Спутника и погрома». Из-за этого с фестивалем не хотят сотрудничать другие лекторы (публикация <https://meduza.io/feature/2017/06/22/na-geek-picnic-v-moskve-vystupil-sozdatel-sputnika-i-pogroma-iz-za-etogo-s-festivalem-nehotyat-sotrudnichat-drugie-lectory>)

Организаторы учитывают мнение участников, предоставляя возможность высказаться посредством анкетирования (google опрос).

Также на страницах в соц. сетях есть возможность принять участие в обсуждении при выборе лекторов.

Справка:

<https://www.facebook.com/geekpicnic/>
<https://vk.com/geekpicnic>



Всероссийский робототехнический фестиваль «РобоФест» ProFest

Ежегодный Всероссийский робототехнический фестиваль «РобоФест-2018» является частью Программы «Робототехника: инженерно-технические кадры инновационной России».

ProFest это крупнейшее в Европе событие в области детского и молодежного инженерно-технического творчества и объединяет в себе соревнования по 25 робототехническим дисциплинам, состязания по профмастерству среди школьников JuniorSkills («ЮниорПрофи») по 19 компетенциям, а также соревнования среди юниорских корпораций – полипрофессиональных команд. Фестиваль проходит в течение 3-х дней.



Цели:

- популяризация научно-технического творчества и повышение престижа инженерных профессий среди молодежи;
- развитие у молодежи навыков практического решения актуальных инженерно-технических задач и работы с техникой;
- стимулирование интереса детей и молодежи к сфере инноваций и высоких технологий;
- выявление, отбор и поддержка талантливой молодежи;
- поощрение молодежного предпринимательства в сфере инноваций и высоких технологий;
- участники Фестиваля дети и молодые люди в возрасте от 6 до 30 лет. Конкретные пределы возрастных групп оговариваются для каждого соревнования;
- в соревнованиях принимают участие команды (если это допускает регламент соревнований, команда может состоять из 1 (одного) человека).

Организаторами фестиваля выступают фонд поддержки социальных инноваций Олега Дерипаска «Вольное Дело», Программа «Робототехника», при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации и Агентства Стратеги-

ческих Инициатив.

Первый «РобоФест» состоялся в 2009 году, к 2014 году масштабы фестиваля значительно расширились: около 550 команд юных робототехников из 42 регионов России состязались в 22 видах соревнований. Сегодня «РобоФест» – крупнейший робототехнический фестиваль в Европе и один из крупнейших в мире.

Внутреннее разделение соревнований на номинации и возрастная градация оговариваются в официальных регламентах для каждого соревнования, проводимого на площадке ProFest. Регламенты публикуются на официальном сайте Фестиваля. 44 вида соревнований и конкурсов выстроены в логику, позволяющей увидеть траекторию профессионального продвижения: от вовлекающих соревнований детей от 6 лет до проектов, реализуемых школьниками старших классов и студентами по заданиям реального бизнеса, стартапов и предпринимательских проектов. Оба направления с нынешнего года объединены в рамках новой целостной модели подготовки будущих инженерно-технических кадров «Профессионалы будущего», разработанной Фондом «Вольное Дело». Программа «Робототехника: инженерно-технические кадры инновационной России» реализуется Фондом с 2008 года, JuniorSkills («ЮниорПрофи») – с 2014 года.

В рамках Фестиваля могут проводиться конкурсы (номинации), информация о которых размещается на сайте не позднее, чем за 2 (две) недели до начала Фестиваля.

На площадке Фестиваля располагается интерактивная и выставочная зона, информация о которых размещается на сайте не позднее, чем за две недели до начала Фестиваля.

Участники:

В фестивале PROFEST суммарно приняли участие 7500 человек, 1800 команд из 74 регионов России, а также Казахстана, Узбекистана и Белоруссии.

Форматы:

*На фестивале во второй раз пройдет **финальный этап Всероссийской олимпиады по робототехнике для школьников**. Более 800 финалистов региональных отборов в рамках проведения Всероссийской олимпиады школьников по физике примут участие в робототехническом направлении

«РобоКарусель» и некоторых видах соревнований «ЮниорПрофи» на фестивале 9 марта, а затем, 10 марта, выполнят задания по физике в МГУ им. М.В. Ломоносова.

Победителями олимпиады могут стать около 25 ее участников, около 80 – призерами. Победители олимпиады смогут претендовать на зачисление на физический факультет МГУ без экзаменов, а призеры – на получение 100 баллов на внутреннем экзамене МГУ при поступлении. Другие российские вузы также предоставляют льготы победителям этой олимпиады. По итогам финала олимпиады 2017 года 11 ее участников поступили в ведущие вузы России, включая МГУ им. М.В.Ломоносова и МГТУ им. Н.Э. Баумана.

*Помимо традиционных дисциплин фестиваля, в этом году введены и новые. Так, впервые в рамках фестиваля пройдут **робототехнические соревнования Double Ball** для школьников в возрасте от 9 до 14 лет. Задача участников – с помощью своих роботов «забить» как можно больше «голов» в два вида ворот, расположенные на игровой площадке.

*Также впервые будет опробован **формат «Креатив-бой»**, являющийся аналогом интеллектуальных командных игр («Брейн-ринг» и т.п.). Его участники будут решать самые различные задачи, решение которых находится на стыке различных отраслей знаний.

*В соревнованиях по профмастерству, помимо ставших уже традиционными состязаний по конкретным компетенциям («Электроника», «Прототипирование», «Интернет вещей» и т.п.), пройдет также **«Чемпионат корпораций»** – соревнования, в ходе которых команды, состоящие из специалистов разных профессий, создадут высокотехнологическую продукцию по заказу реального бизнеса – робота-сортировщика сельскохозяйственной продукции для АгроХолдинга «Кубань» и беспилотный аппарат для мониторинга подземных запасов для добывающих предприятий (уголь в разрезах) по заказу ОК «РУСАЛ». Эти продукты впоследствии могут быть использованы бизнесом в реальной работе.

***Конкурс «Профстарт»** – это состязание детских бизнесов, построенных на полученных ранее технологических навыках. Программа дает возможность развивать предпринимательские компетенции, анализировать рынок и предлагать востребованные услуги и продукты.



***RoboRacers** – соревнование робомобилей с компьютерным зрением.

<https://www.youtube.com/watch?v=4CnmE81fBfc>

Соревнование RoboRacers посвящено решению задач, возникающих при создании наземных беспилотных транспортных средств. Участникам соревнований необходимо разработать роботизированный микроавтомобиль (масштабную модель) для преодоления трассы, имитирующей городские дороги.

Главная особенность – необходимость использовать техническое зрение для определения положения робота на трассе. Для сборки робота разрешается использовать элементы любых известных конструкторов (TETRIX, MATRIX, VEX, LEGO, ТРИК и прочие). Язык программирования любой. Участвуют школьники и студенты от 14 до 25 лет. (Руководитель проекта «Робокар» Московского Политеха **Тимур Идиатуллов** и тренер команды Goodlancer **Вячеслав Нефедов**).

*Помимо соревнований, на площадке фестиваля для участников и гостей будут доступны **интерактивные программы** партнеров, представлены **новые образовательные робототехнические конструкторы и наборы**, учебная литература.

Награждение:

Главный приз фестиваля PROFEST-2018, учрежденный «Группой ГАЗ», – новый автомобиль «ГАЗель NEXT», который робототехники, победившие в направлении Autonet 18+, должны подготовить для участия в соревнованиях автоматизированных транспортных средств «РобоКросс» (они пройдут летом в Нижнем Новгороде).

Победители по направлению Jr.FLL примут участие в международных соревнованиях, которые пройдут в Детройте (США) в конце апреля.

В соревнованиях по профмастерству примут участие 800 школьников в составе 200 команд из 30 регионов.

На официальном открытии фестиваля 2018 года было проведено лазерное шоу и прошло выступление группы «Градусы» на официальном открытии)

Стратегические партнеры: Базовый элемент, Basel Aero, АГРОХОЛДИНГ «КУБАНЬ»

Партнёры: Программа «Школа нового поколения», «ГОСТ Отель Менеджмент», Сколково, Кубок РТК, LEGO Education,

Амперка, ЦМИТ Лаборатория экспериментальной арифметики, POLYCENT, Издательство «Лаборатория знаний», ЛАПТ, Стандарт 21, РТС.

Информационные партнеры фестиваля: журнал «Популярная механика» и онлайн-издание «Мел».

Медиа-база:

<https://robo74.ru/news/smi-o-nas-v-chelyabinske-proshyol-festival-robofest/>
<http://www.russianrobofest.ru/o-festivale/news/>

Пример отзыва:

Очень понравилось. Пожалели, что пропустили предыдущие 2 фестиваля. Ездили вчетвером (папа – мама – сын 11 лет – сын 6 лет). Интересно было все: и модели космических аппаратов и роботов, демонстрировавшиеся в фойе, и сами соревнования роботов, и музыкально-танцевальное шоу на открытии фестиваля, и бесплатное фотографирование, и физико-химическое шоу «Профессора Николая», и зона оригами. Еще были дополнительные мероприятия (например, семинар по Лего), но на это уже сил и времени не хватило. Про зону Лего можно сказать много хороших слов – сплошной восторг. Во-первых, была объединяющая всех участников идея – строительство Лего-космо-города, во-вторых, практически неограниченное количество кубиков, их постоянно подсыпали в выемки на столах, в-третьих, дипломы, которые вручались всем без исключения участникам Лего-строительства. А еще было жюри из космонавтов (самых настоящих), они просмотрели все работы, представленные в дополнительных космических номинациях («Космические аппараты», «Луноходы, марсоходы» и что-то еще, всего 4 номинации), обсудили эти работы с каждым из ребят, а потом создателям наиболее понравившихся работ вручили грамоты, наборы Лего и журналы о космосе. Мой старший сын оказался среди победителей, было очень приятно видеть, что космонавты не просто вручили подарок, а поздравили, сказали какие-то добрые слова.

Интересно было всем: и младшему сыну 6 лет, и папе-инженеру. Мне кажется, что таких мероприятий должно быть больше – отрадно видеть столько умных людей разных возрастов, собранных вместе. Появляется гордость за наших изобретателей,

конструкторов, инженеров.

Фестиваль проходил в Крокус-Экспо, где есть все для нормального существования в течение дня (парковка, гардеробы, туалеты, буфеты и торговые точки, просторные помещения, где спокойно может разместиться и большее число участников). Вход бесплатный.

Официальный сайт: <http://www.russianrobofest.ru/>

Социальные сети:

https://vk.com/pro__fest
<https://www.facebook.com/russianrobotics.ru>
<https://www.youtube.com/channel/UCkEE4dxp45dlHBSYm3v55aw>

Фотографии с мероприятия:

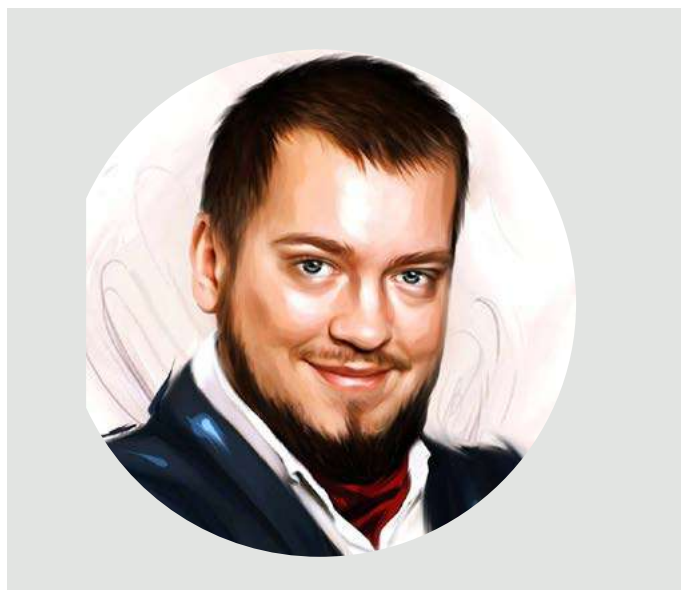
<https://drive.google.com/drive/folders/1LtrxDRUONDDKTLQkAjm98ui2hjl5w73H>

Партнеры (приложение):

Группа ГАЗ и En+, АНО «НМЦ «Школа нового поколения», Фонд «Сколково», ОАО «РВК», Союз машиностроителей России, Pony Express, РТС, Autodesk, National Instruments, FESTO, LEGO, журнал «Эксперт», журнал «Популярная механика» и др.



МАСТЕРСКАЯ «КРЕЧЕТ»



Как давно вы этим уже занимаетесь?

В 2003 г. мы начали этим заниматься, как хобби, но уже активно, а где-то примерно лет 6-7 назад это стало основным источником дохода для всех.

Получается, что создавалось дело как хобби?

Ну, 15 лет назад это было в чистом виде хобби делать просто для себя и своих увлечений.

А, как это переросло в профессиональную деятельность?

Сначала у нас были другие люди, которые занимались реконструкцией и всякими ролевыми играми. Начали заказывать, постепенно к нам пришли театралы, кино. Потом появилось как бы такое направление, как косплей и мы в какой-то момент обросли заказами, и поняли, что постепенно все начинает расти. Персонал рос, площадка, когда-то мы начинали с одного гаража, а сейчас у нас 1,5 тыс м², но это все было постепенно. Рынок как бы диктовал спрос, потом появились всякие квесты, кроме костюмов красивых появилась электроника с подсветкой.

А, вот смотри, когда мы с тобой встречались ты очень много, рассказывал про необычное устройство, что это артель, про то как у вас люди работают. Можешь вкратце рассказать, как это устроено, кто работает, как у вас формируются группы, как у вас устроены рабочие будни, как над проектом работают.

Тут все у нас довольно просто. Двухуровневая система: 1) сверху совладельцы, кто складывался в свое время на инструментарий, организацию и прочее, то есть в основном занимается продажами и управлением проектами; 2) на втором ярусе собственно находятся все сотрудники они представляют из себя различных профессионалов и под каждый проект из этих сотрудников собирается такая флеш-группа, которая производит собственно продукцию. Так как это артель, деньги делятся согласно вкладам, есть зарплатный фонд, материальный фонд. Соответственно, если это выполнил один человек, то он получает всю зарплату, если были дополнительные люди, то сумма делится в зависимости от того, сколько человек внес вклад. Время умножается на коэффициент труда. Это позволяет создать открытость, то есть все знают сколько стоил проект, сколько в нем денег, в какие сроки его необходимо реализовать – это увеличивает многократно увлеченность, потому что люди экономят время и ресурсы, стараются максимально эффективно его распределять, и деньги, которые получают люди на руки, очень сильно разнятся, потому что один сделал 10 единиц за это время, другой сделал 1 и не надо следить за всякими премиями, эффективностью, потому что люди сами вовлечены в то, что они делают и знают сколько они заработают за единицу времени. Есть минус в том, что приходится играть в открытую, есть и другие схемы, которые работают в вертикальных организациях, когда ты скрываешь часть информации и манипулируешь этим остальными людьми, но, на мой взгляд, надо играть в честную и открытую по всем вопросам. Лучше продавники продали, значит, больше денег у всех, хуже продали, значит, меньше денег.

Можете привести примеры проектов, которыми вы реально гордитесь или самые интересные и необычные. Сколько примерно на них уходило времени и ресурсов на реализацию?

В этом году... из того, что дано и можно посмотреть по телевизору – это фильм «Последний богатырь» и фильм «Легенда о Коловрате». Они вышли буквально вот той зимой. Мы делали практически весь реквизит, костюмы туда в эти фильмы и оружие, доспехи и др. очень много всего, можете посмотреть – это именно из интересного, из последнего. Еще фильм, который пока не вышел это были сложные механические девять костюмов, фильм «Икарус» - это рабочее название, сейчас идет финаль-

ный монтаж, не уверен, что в этом году будет премьера. Для него делали летающие костюмы, сложные экзоскелеты из алюминия, это складные механические крылья шестиметрового размаха, это куча разных штамповок и механика, различные другие инженерные решения. Это было сложно и действительно над проектом работало почти 40 чел., около полутора месяцев. Это сложный проект. Еще в конце 2016 года в декабре, мы сделали выставку «Щелкунчик» в музее «Чудесной реальности» целиком. Было 600 кв.м, выставочного интерактивного пространства, мы сделали ее за 25 дней, между идеей и авансом до момента полной сдачи. Там была и электроника и застройка и все на свете.

То есть получилась интерактивная выставка?

Да, интерактивная выставка с кучей электроники, с отчетностью, с обратной связью, все там загоралось, шевелилось. Там было большое место для подвига, но мы как-то справились. Но больше я так не хочу. Потому что на это было очень мало времени, на такие проекты нужно брать как можно больше времени.

Насколько я знаю, то Вы много участвуете в мероприятиях, Форум «Наставник», Форум «Амур», и других.

Да. Форум «Молодежи» в Тагиле, летом я буду снова на «Амуре». Сейчас поеду на Камчатку, на форум «Развитие».

А на таких фестивалях, как «Гик пикник», или еще других для мейкеров?

Я хочу сказать, что тут дилемма такая, раньше мы выставлялись много. Сейчас вот мы на Comic Con будем. «Гик пикник» не принес ни одного заказа, здесь вопрос некой уместности. Молодежные форумы более перспективны, потому что здесь я воспитываю рынок, одна из моих задач привлечь как можно больше людей, занимающихся малым бизнесом. Во-первых, потому что о нем мало кто говорит, во-вторых, применяется технология перепродаж. Очень хочется, чтобы было как можно больше малого бизнеса, потому что тогда можно создать здоровое партнерство. Но это скорее всего, больше такой личный вызов. Там я нахожу партнеров и спрос на мою продукцию.

Да, это действительно хорошая задача. Из вашего опыта, какие можно успешные практики применить, чтобы, вам как представителю, совладельцу артели (производства) было бы интересно и полезно принять участие в фестивале?

Ну, я могу изрядное количество вещей рассказать. То, что могло быть полезно для других мейкеров – это область согласования задания

и управление ожиданиями клиента, то чему мелких производителей никто не учит. Мне это все пришлось проходить через боль, откровенно говоря, а на самом деле у начинающих крафтеров согласовать вопрос с клиентом как и что будет в результате это проблема. Что касается лайфхаков в производстве, тут не знаю, кто-то занимается керамикой в производстве, кто-то занимается ковкой, здесь лайфхаки на всех не протраслируешь. Скорее я бы говорил о том, как договариваться с клиентом, между собой, на что вообще, обращать внимание при создании мастерской.

Образовательный формат, воркшоп или лекторий, что-то такое, да?

Да, это, пожалуйста, может быть и круглый стол. На самом деле, даже про те же ресурсы развития. Очень часто у многих кто начинает действовать такое ощущение, что «нужны деньги, на рекламу, на начало работы, на что-то еще...» и это те 99% причин, которые ограничивают мейкеров. На самом деле это иллюзии в голове, для начала не требуется практически ничего. Все это полу-лекционные, полу-диалоговые форматы, потому что людям нужно сразу давать возможность на уточнение вопросов, нужен диалог.

Согласились бы вы участвовать в фестивале для мейкеров? В каком формате вам было бы удобно и интересно это делать?

Здесь, везде вопрос определенной выгоды. Я особо инвестировать время, которое не компенсируется не могу, это не вопрос денег, но должна быть какая-то обдуманная предпринимательская отдача. Вот я делаю действие, что мне будет взамен? Здесь надо смотреть, это либо реальная оплата труда, либо рекламные действия, которые позволяют генерить заказ, но в конечном итоге это должна быть какая-то возмездная история. Если, выгода понятна, то дальше можно и в разработке программы и в чем угодно участвовать, но здесь должно быть понятно как это будет полезно для меня и моего производства.

А, как вы считаете, какие мероприятия можно, вообще, назвать успешными и за счет чего?

Очень спорная история. Тут очень важно понимать для кого. Для организаторов, которые имеют цель заработать деньги, большинство из них успешны. Для участников, которые выставляются как экспоненты - спорно, судя потому, что большинство не продлевают взаимодействия больше, чем на 2-3 года с любой выставкой, не очень успешно. Например, «Игромир» как одна из лучших выставок компьютерных игрушек меняет своих экспонентов из года в год, самые популярные используются редко, так как толпа приходит посмотреть

на новинки и ждут то, что они еще не видели или мало знакомы. Другая история - строительная выставка, я там пообщался с застройщиками и подавляющее большинство из них сказало, что это просто то, что они отметят на сайте и это им ничего не дает. Многие выставки — это просто время встретится со старыми клиентами и напомнить о себе. Но, это, честно говоря, не стоит тех денег, которых стоят экспозиции. Я приезжаю один на выставку, иногда вывожу костюм с аниматором, и мне не надо ставить свою экспозицию, чтобы встретить старых клиентов и найти новых. На мой взгляд успешные скорее форумы, они решают больше задач для людей, которые приехали. Они на порядок эффективнее, участники друга друга увидели вживую, познакомились, обрзовали цепочки связи и все такое. Форум «Амур» я считаю одним из лучших. Потому что он длинный, хорошие подобраны участники, лекторы и спикеров и много групповых форматов, где люди знакомятся.

А из зарубежных мероприятий, какие можете назвать?

Из зарубежных по настольным играм хороший. Те же Comic Con или Burning Man, там в том году были наши арт-объекты. Но это чисто ради фана, то есть люди, которые едут на Burning Man или Comic Con приезжают потешить себя, но бизнес на этом построить невозможно. Мы вывозили много раз костюмы и выигрывали призы, но это ничего не дало толком. Туда приезжают те, кто хочет похвастаться, а не купить. Люди, которые приезжают на Comic Con, это люди, которые не делают ничего под заказ, они делают для себя. Надо понимать, что основной движок косплея это девчачий движок, потому что это фоточки, лайки, респект, и все такое... где только звезды могут монетизировать выложенные фотографии в красивых костюмах для компаний производителей этой игры.

Если брать вариант, который был бы интересен вам и вашей команде, это как раз не развлекательный формат, а больше какой?

Что интересно для меня, так это выставка, которая позволяет организовать встречу с заказчиком и производителем. Условно есть люди, которым нужно сделать что-то в одиночном или мало-серийном формате. Для своего частного дома, для своего фильма и т.п., неважно, аудиторий множество.

А кто у вас самые частые заказчики, кто эти люди и кого стоит звать и приглашать, на кого стоит обратить внимание организаторам?

Ну, мой ключевой заказчик — это тот, кто понимает чего он хочет и этого не существует на рынке. То есть условно говоря, это разные виды



Durch
den Willen
von Sigmar
Durch
das Wort

творчества и дизайнеры и продюсеры. Постановщики и иногда это бывают производители различной мебели, собственники встречаются чуть реже, сообщество реконструкторов и косплеи – это типовой клиент.

Тот же самый «Гик пикник» у него история непонятная в том плане, что не ясно, кто на него приходит, то есть на него приходят всякие программисты, посмотреть новинки электроники. У меня нет ощущения, что они будут потребителями той продукции, которая там выставляется. Например, я знаю трех моих клиентов, которые выставляются там, но все трое остались недовольны. Мы делали стенды для компании «Клаустрофобия», «vr tech» и др, и они оказались недовольны фестивалем, потребитель приходит посмотреть конкретно на экспозицию и постпродаж она не дает никаких.

Может быть вы посоветуете к кому еще обратиться, кого можно спрашивать про организацию фестивалей, мероприятий, с кем общаться, особенно, если есть зарубежные контакты?

- Если говорить конкретно о нашем производстве, то есть американские конторы схожие по номенклатуре и объему. Но они все переросли в интернет и ездят на «пивные фестивали», на которые им удобно добираться. Шведы и немцы уже давно перестали ездить по выставкам, так как к ним ездят сами.

Если речь идет о производственной выставке, то это про то, что «я не знаю, как найти в интернете, потому что я не знаю даже как сформулировать вопрос». И тогда оффлайн фестиваль — это возможность найти странных людей, которые делают странные штуки.







ИНТЕРВЬЮ: АМИР РОБЕРТО

Глава PR и работы с партнерами в TEDx Shanghai



Расскажи немного о себе.

Я работал в TED и организовывал еще множество других проектов, работаю в области цифрового маркетинга. Я посмотрел файл, который вы мне сбросили и, если позволите, выскажу пару своих рекомендаций по локализации мероприятия, контенту и подаче информации. Я хотел бы начать со встречного вопроса: «А что изменит этот проект, который вы собираетесь делать? Кому он вообще нужен и насколько он актуален?» Еще я хотел бы поделиться с вами материалами по ивентам, которые мне нравятся, такой некий спонсорский пакет, и я не знаю, насколько этот фестиваль будет интересен, например, людям из Владивостока. То есть первое – это спонсорский пакет, второе – это какой людям вообще

толк от этого, третье – это участники, что они от этого мероприятия для себя получают.

И, как я понимаю, это будет мероприятие в большей степени для русскоговорящих участников? Например, я работаю в направлении блокчейна и завтра делаю форум. Мероприятие по этой теме должно быть интернациональным, взаимовыгодным для всех стейкхолдеров. и по итогом должно быть понимание – к чему этот проект приведет, чтобы после мероприятия люди не забыли про форум, и тогда вам будет уже намного легче двигаться дальше.

В России запланирован большой фестиваль не только во Владивостоке, но и в Москве и других городах – это будет мероприятие в рамках развития мейкерского движения. Нам нужно понять, какие есть практики для

специфичной публики подобных мероприятий. Мне интересен твой опыт с точки зрения подбора лекторов под высокотехнологичные темы и то, как ты с ними работаешь. Что-бы спикеры с удовольствием пришли, что-то рассказали.

Тут я думаю, что международная практика у всех одинаковая. Лектор, который известен и вам интересен, задаст вопрос, сколько ему заплатят? А тот, кто только начинает и ему нужен пиар, может согласиться и на другие условия. Из своей практики могу сказать: с мероприятия, где участвовал как лектор, я отдавал 5–10% на благотворительность. Также можно сделать спонсорский проект, вы что-то предлагаете лектору, какое-то выгодное условие. Странно – пригласить спикера и при этом ничего не заплатить – это не взаимовыгодно, на такие моменты нужно обращать внимание. Если вы привлекаете людей со всей России, то нужно будет посмотреть, кому это будет интересно, для чего это ему и что он получит. Не обязательно оплачивать, можно предложить что-то выгодное, если это на самом деле так. Чтобы люди поняли, что они не просто заработали и ушли, а что-то получили. Даже если команда у вас профессиональная, но проект по факту запускается в первый раз, то это будет не так просто. Думаю, что проект станет успешным, если люди будут понимать, что они не просто зарабатывают, а станут в какой-то степени знаменитыми – как долгосрочное вливание.

Ты упомянул про спонсоров и про работу с ними. Какая модель тебе кажется наиболее понятной и применимой?

Это во многом зависит от региона. Например, с Шанхаем работать проще: тут есть крупный капитал, легче договариваться. Первое, что я делаю, – это ставлю себя на место спонсора: если бы я спонсировал этот проект, то чтобы бы с этого получил. Проще всего спонсору продать базу данных. Но для меня база данных – это первое, второе – партнерство с другими компаниями и уже потом пиар. Может быть, вам поможет какое-то издание.

Можешь рассказать какие-нибудь инсайты с лучших мероприятий, которые ты посещал, что понравилось, а что нет?

Что точно не надо делать – это звать слишком много спикеров, которые не умеют договариваться. Лучший ивент – это люди, которые могут зажечь других людей. Первое, что нужно всегда делать, – это достать тех спикеров, которые умеют работать с ауди-

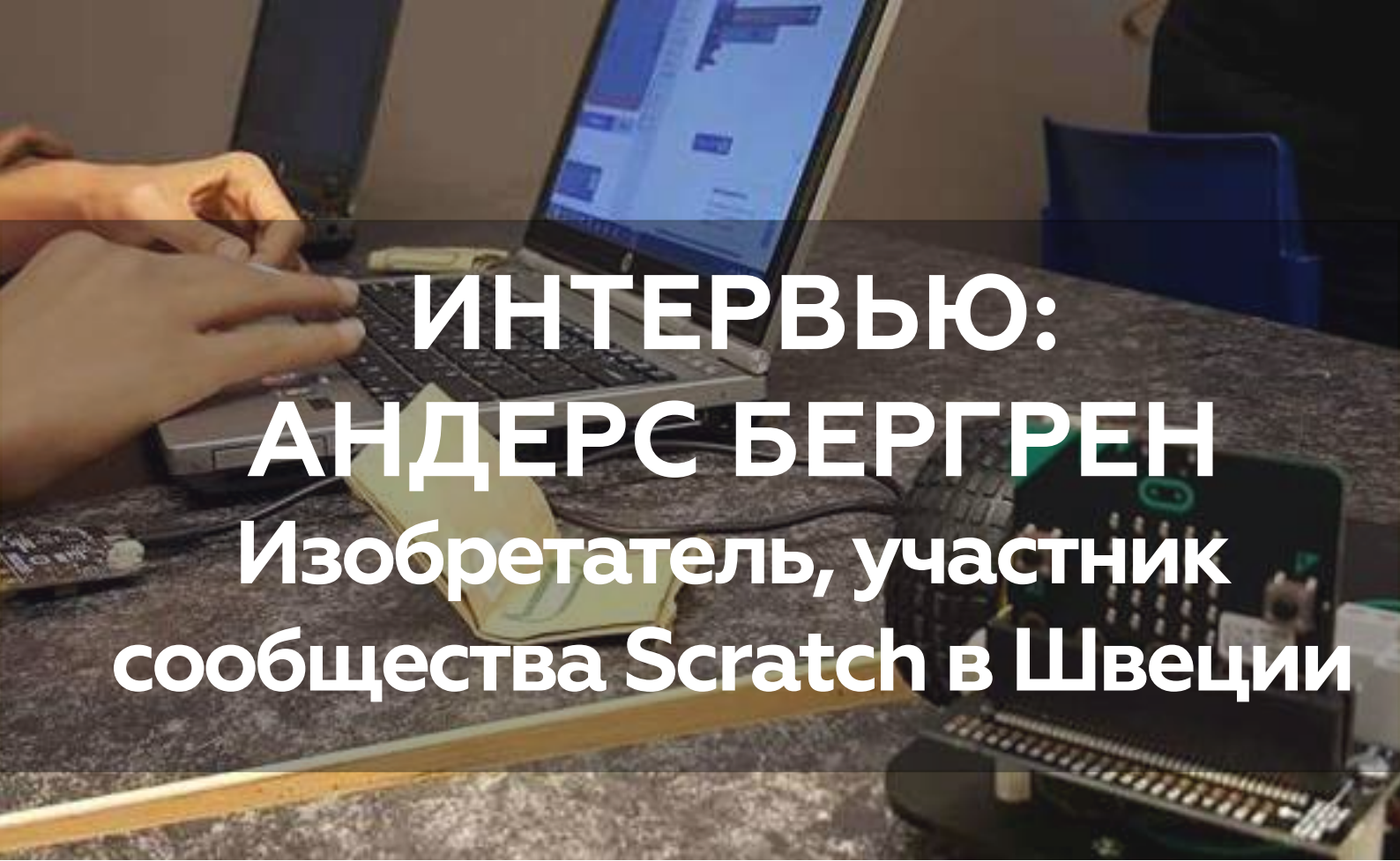
торией. Второе – обеспечить разнообразие форматов. Мой личный опыт – организация TEDx и технологических форумов.

Что показалось тебе важным элементом в работе, лучшая практика? Какая твоя личная фишка?

Лучшая практика – это когда идет вовлечение на форум и спикеров, через мини-концепты, что люди слышали, но не видели. Например, харбинский дракон, чтобы люди фотографировали и выкладывали в сеть. Нужно, чтобы было много креативщиков на мероприятиях.

Скажи, а какие темы интересно транслировать публике?

Я думаю, что 3 аудитории. 1-я – канал фейсбука (базы данных), 2-я – искусственный интеллект, 3-я – блокчейн.



ИНТЕРВЬЮ: АНДЕРС БЕРГРЕН

Изобретатель, участник сообщества Scratch в Швеции



Добрый день, можете рассказать о Вашей текущей работе?

Добрый день! Я работаю в области информационно-компьютерных технологий, занимаюсь консультированием в школах. Таким образом, моя работа включает спектр задач: все, начиная от системы управления обучением и заканчивая учебой с детьми и того, что происходит между ними. Думаю, самый большой мой успех – это то, что я принял участие в создании scratch. Вы знаете scratch?

Да, конечно, я знаю Дерекка Брина, он – мой друг и один из разработчиков scratch. Вы знаете Дерекка?

Может быть, он в Массачусетском технологическом институте?

Да, да, он написал книгу о scratch, он – замечательный человек.

Да, я работал с этой командой. Я решил, что мне нужно перевести scratch на шведский. Я это сделал, но теперь нужно еще и заняться тем, чтобы привлечь к программированию еще больше людей. Это непросто, потому что вам не платят.

Фокус Вашей работы – это работа с детьми?

Я стараюсь привлечь учителей и считаю важным, чтобы весь персонал школы был хорошо подготовлен. Это непросто, потому что

у вас огромный национальный план и так мало времени на все. Поэтому я думаю, что мы должны немного изменить атмосферу мейкерства, но, может быть, я ошибаюсь.

Вы подумали о некоторых инструментах, которые могли бы сделать это лучше? Какие инструменты могут создать правильную атмосферу в этом движении?

Да, я лично очень хорошо разбираюсь в материалах для микроконтроллеров. Вы видите это? Это макробин. Я думаю, что детям так просто сделать что-то подобное. Вы можете заставить их сделать что-то с микроконтроллером всего за 5 минут. Вы им это показываете, и у них сразу возникает любопытство: «Вау-вау, что это?» Я думаю, что это хорошая идея. Поэтому мы и учим учителей из моего крошечного маленького северного города. Мы учим учителей участвовать в работе с нуля, программировать.

Андрес, а в чем проблема работы с учителями?

Я думаю, что повседневная работа для учителя заключается в том, что им нужно многое сделать, много задокументировать, посмотреть на оценки и все такое и не хватает времени для собственного развития.

Как вы думаете, мы могли бы помочь учителям улучшить свою работу, чтобы сделать движение мейкеров популярным для детей?

Мы только недавно начали преподавать в Английском клубе программирование для учителей, начали собирать их в клубе мейкеров, в помещении фаблаба. Мы пытались пообщаться с администрацией школ, но я не знаю, является ли это правильным.

Мы хотели бы сделать это мероприятие международным и собрать лучшие практики, потому что в России движение мейкеров пока не очень развито. Может быть, это теневая работа, люди работают в своих домах и не рекламируют свои проекты. И мы хотим создать общины, как в Америке, в Европе, потому что это сильное сообщество с их собственными целями и философией.

Я видел в Швеции, как развивалось движение мейкеров. Я думаю, что это началось 3 года назад, мейкеры появляются в школах и в маленьких городах. Я считаю, что Стокгольм является самым большим местом для

разработчиков. Там проводится Maker Faire. Люди заинтересованы в движении мейкеров, и я думаю, что они разделяют философию open-source разработки.

Как мейкер, как вы думаете, что может быть для вас полезным на фестивале? Как вы хотите, чтобы мы, руководители этого мероприятия, общались с вами? Как мы можем пригласить таких людей, как вы?

Я был на нескольких конференциях. Может быть обычная конференция, где спикеры выступают с очень длинными речами, а затем долго говорят с людьми и это скучно. Но мне очень понравилась конференция по Scratch, там собрались люди, которые занимаются этим проектом и развивают его. Я думаю, что это хорошая модель для фестиваля мейкеров, для конференции мейкеров, или как вы ее называете. Непрофессионалы разговаривают с маленькими людьми через разделительную линию. А люди свободно общаются между собой. Я думаю, что это хорошо. Может быть, это и неправильно.

Я думаю, что это здорово, потому что движение создателей должно быть открытым для всех людей, и это должна быть действительно любовь к созданию вещей, а также свободные пространства, свободные сообщества, свободное общение.

Прошло уже 40 лет с тех пор, как я работаю в образовании, и это сумасшедшая работа. Но иногда я понимаю, что, когда вы учитесь и если вам действительно нравится что-то, если это ваша страсть, тогда вы можете все узнать. Поэтому моя маленькая страсть теперь состоит в том, чтобы изучить все возможности микробита. И мне это очень нравится. Нужно быть страстными, несмотря на свой возраст. Нам все равно: если вам 60 лет, но вы увлечены: «Вау, это здорово, это круто». Ну, в моем случае 65, это не имеет значения, я думаю.

Как образовательная система могла бы помочь вам как учителю, как мейкеру? Какую помощь вам могло бы оказать правительство?

Они изменили национальный образовательный план, чтобы включить в него программирование. Я думаю, что они должны сделать еще больше для получения качественного обучения по информационно-компьютерным технологиям. Это только



моя догадка. Здорово иметь открытое пространство в школе для мейкеров, например это может быть школа мастеров. Поэтому вы должны быть очень увлеченными, это очень важно. Это то же самое в MIT: страсть, проекты, сверстники и игра. Эти 4 слова очень важны для работы с нуля, поэтому я думаю, что это хорошая идея.

Отличный лозунг. Я подумаю об этом и, возможно, сделаю некоторые хэш-теги «Это все о страсти» и т. д.

Да, но неважно, учишься ли ты или если ты безработный, что угодно. Думаю, что важнее всего, есть ли у вас страсть к созданию изобретений.



Игорь Асонов «Талант и успех»

СИРИУС
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР



Скажите, пожалуйста, какие мероприятия вы организуете?

Месяц назад проходила конференция в «Сириусе», посвященная развитию одаренной молодежи, там собирали от партнеров по проблематике (кейсов) и отобрали более 40 таких проблематик, которыми занимались школьники и студенты в формате групповой работы. Также мы проводили там мастер-классы по WorldSkills.

Мы также знаем, что вы являетесь основателем фаблаб «Политеха». Какова была ваша роль в организации и с какой целью он создавался?

Конкретно я был инициативным студентом и работал в кружке для школьников в физ-

мат-лицее, там мы сделали несколько интересных проектов. Мои проекты и проекты других студентов по теоретической механике Петербургского политеха показали ректору, и он сказал, что это очень интересно, и не только в формате одной кафедры, но и в формате всего вуза. Так в 2012 году создали Центр технического творчества молодежи, и я в этом же 2012 году выписался из политеха и стал его директором. Фаблаб «Политех» – это открытая лаборатория цифрового производства, которая входила в центр и целью своей ставит демократизировать доступ к оборудованию. То есть фактически предоставить всем желающим образовательные курсы, инструктажи, чтобы можно было фактически реализовать любую

идею. Там мы организовывали интенсивы для школьников, школы, курсы для модераторов, мастер-классы и многие другие программы, но сейчас коллеги продолжают функционировать без меня.

Подскажите, а как устроена организационная работа по подготовке мероприятий. Сколько людей у вас работает в оргкомитете? Привлекаете ли вы подрядчиков? Если да, то какие блоки и задачи они закрывают?

В Фонде «Талант и успех» очень много сотрудников с разными направлениями деятельности, потому что самих проектов в Фонде много, и мы большую часть мероприятий организуем самостоятельно. В оргкомитет входит от 10–15 до 30 человек. Это те, кто занимается информационным сопровождением, транспортом, логистикой, медицинская служба и служба питания, программная дирекция, отвечающая за содержательную рамку, коллеги из пресс-службы, которые осуществляют освещение события, дают огласку в СМИ и другие, более специфичные. У нас есть центр поддержки выпускников и грантовых программ для контингента учащихся, это получатели гранта президента РФ и выпускники центра «Сириус». Наши мероприятия охватывают аудиторию до 1000 человек, а иногда участвуем в мероприятиях и большего масштаба, скорее, как соорганизаторы, например мы участвовали в организации Всемирного фестиваля молодежи и студентов, который проходил в октябре прошлого года, участвуем на площадках, например в середине февраля проходил Российский инвестиционный форум, там у нас тоже была часть программы для получателей гранта.

Расскажите, пожалуйста, про жизненный цикл ваших мероприятий. За какое время до начала мероприятий у вас начинается этап организации, какие этапы в подготовке Вы можете выделить?

Разные мероприятия сильно разнятся, я думаю, что минимальный срок, за который мы можем подготовить мероприятие, – это неделя, самые долгоиграющие истории длятся более полугода.





Можете поделиться примерами таких мероприятий?

В рамках Всероссийского инвестиционного форума мы собирали площадку примерно за неделю-полторы. Программу «Большие вызовы» готовим уже сейчас, а проходить она будет в июле. И если говорить про некоторые этапы, то начальный этап – это планирование и выбор площадки для мероприятия. Мы выделяем для себя, какие мероприятия являются для нас ключевыми и важными, а какие нет. К нам приходят письма от партнеров с просьбой принять участие, они рассматриваются отдельно, далее выделяются соответственно исполнители, которые являются фактически главными координаторами того или иного мероприятия. Для больших мероприятий мы формализуемся в виде приказа, чтобы понимать, «кто, чем занимается», для малых мероприятий это не происходит. Все участники, прошедшие отбор, формируются по системе «зачисления, отчисления». Под каждое мероприятие у нас есть образовательная программа, которую разрабатываем либо мы, либо совместно с партнером. В целом у нас сетевая система ответственности, то есть у людей есть свои направления работы, и мы выстраиваем горизонтальные взаимосвязи, чтобы не один человек, выделенный под задачу, общался со всеми и был тем самым звеном, а было разделение, к какому человеку по какому вопросу обращаться.

А какую цель преследовала команда организаторов при проектировании мероприятия? Для чего задумывалось оно и удалось ли оправдать ожидания и добиться цели?

Наши мероприятия направлены на образование и на профессиональную ориентацию учащихся и выпускников, то есть это взаимодействие школьников и студентов с потенциальными работодателями в формате интеллектуальных проектных работ, то есть самые сложные и важные для нас программы – это команды. Мы формируем некоторый срез участников, далее собираем от партнеров предложения и стыкуем их друг с другом так, что у учащихся возникает возможность посмотреть на свой образ будущего, насколько учреждению, РАН или вузу интересно этим заниматься в будущем. Важно, чтобы происходила коммуникация на уровне преподавателей, профессуры и компаний.

Есть ли мероприятия, которыми вы гордитесь? Которые вы можете назвать по-настоящему успешными среди всех организованных.

Таких мероприятий в целом несколько. Фестиваль в Политехническом, когда мы за достаточно скромный бюджет собирали тысячи, иногда десятки тысяч человек. Если про работу в «Сириусе», то это июльская программа «Большие вызовы» – довольно сложная и содержательная из всех имеющихся.

Расскажите про июльскую программу, концепцию и как она проектировалась?

Тематически она основывалась на стратегии научно-технологического развития РФ и национально технологической инициативе. Фактически мы смотрим ключевые документы, которые важны для компаний реального сектора экономики, для учреждений, РАН, и выбираем те тематики, которые, на наш взгляд и на взгляд наших партнеров, влияют на будущее технологическое развитие РФ. В результате мы имеем хорошую сборку тем и проектов.

Подскажите, она существует первый год и будет только проходить, или она уже не впервые?

Впервые в середине 2016, а уже после – в 2017-м. Следующая пройдет в июле 2018 года.

А изменилась ли программа по сравнению с первоначальной концепцией?

Уточнялась, усовершенствовалась в основном программно. Организационно у нас тоже происходили некоторые переустановки. В том смысле, что третий год и третий раз человек этой программой занимается, но в целом идем по алгоритму и просто есть некоторая разница в людях, но функционал схожий.

А кого вы привлекаете для формирования программы?

Мы привлекаем наших партнеров – это отраслевые компании, малые компании, РАН, вуз – в первую очередь не в организацию, а к программе, то есть к тому, чтобы проработать и саму программу, и ее реализовать. От партнеров просим предоставление материалов для работы над проектами и выделение некоторых кадров – это руководители

проектов, которые будут участвовать и в самой программе, и после ее проведения.

Расскажите про форматы, из которых состоит программа. Какие вы считаете наиболее успешными и какие, наоборот, показали себя не с лучшей стороны.

В целом программа идет 24 дня, и там очень много разных мероприятий. Если говорить общими словами, то наиболее эффективна, конечно, групповая командная работа, особенно если она достаточно специализирована, так как у каждого учащегося есть понимание, чем он занимается и в каком направлении, с одной стороны; с другой стороны, всегда успешно проходят лекции ведущих ученых и представителей, потому что выстраивают лекцию таким образом, чтобы она была понятна и полезна для всех проектных команд. То есть если лекцию слушает 100 человек из 400, то эти 100 человек находятся в различных проектах, у которых есть разные проблематики, разные партнеры, разные нужды и сама по себе лекция может быть интересной, но для проектной работы не очень содержательной, поэтому в этом году мы будем, скорее всего, урезать количество общих лекций или делать их более специализированными.

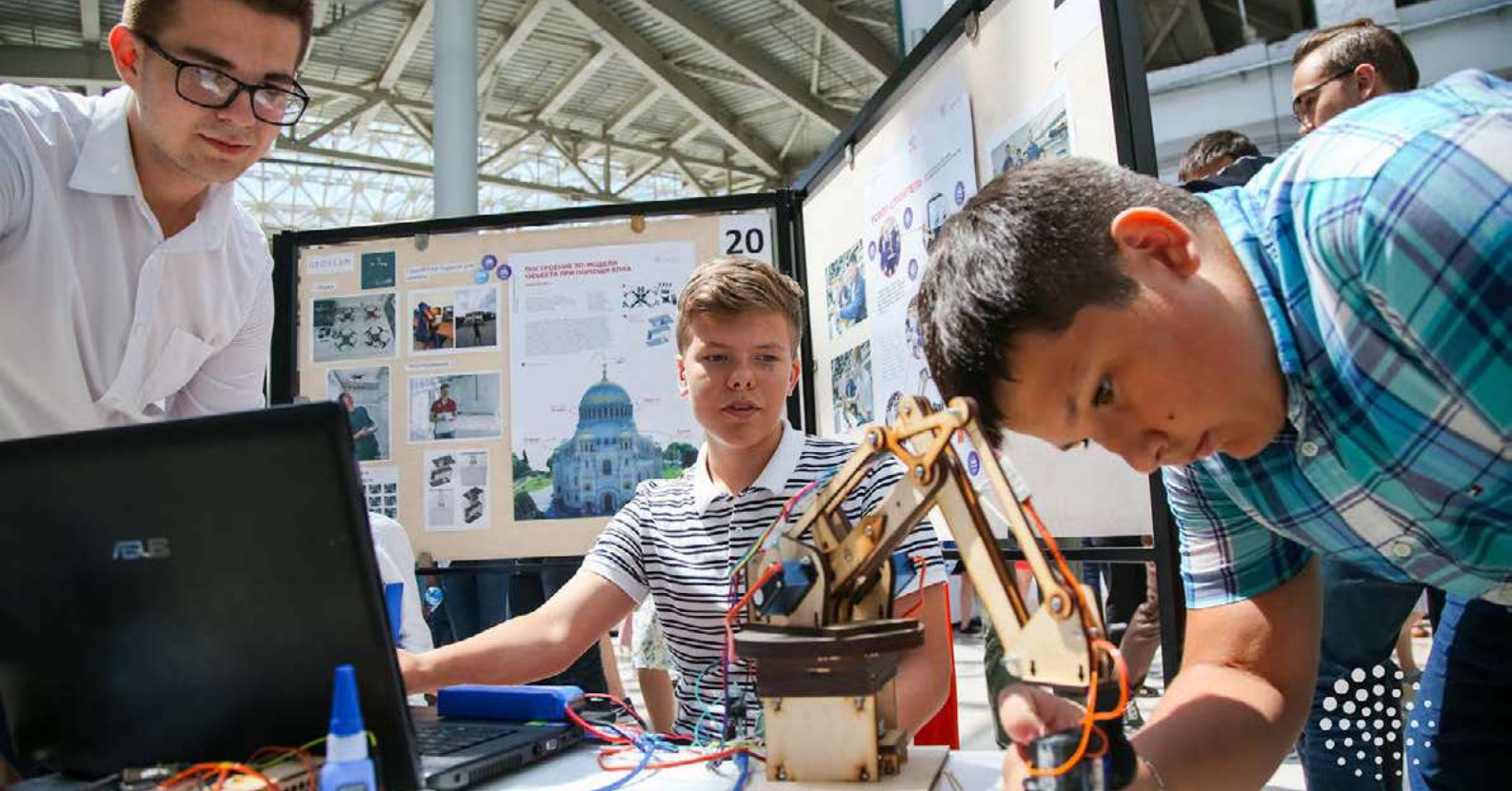
Назовите 2-3 спикера, которыми вы гордитесь.

Из ярких я бы назвал Эльвиру Набиулину, из этой же темы Сергей Николаевич Хорьков (это Внешэкономбанк) и Татьяна Николаевна Черниговская, хотя, конечно, лекций у нас было намного больше. Большую часть лекций можно посмотреть на нашем сайте, в разделе «Лекториум» и составить свое мнение.

Спасибо! А как было проходило продвижение мероприятий, их сопровождение?

У нас с каждым партнером подписывалось соглашение, в котором указывались права и обязанности в части медиа-освещения, наша пресс-служба организовывала все остальное – съемки, фото и видео, создание роликов. Взаимодействуем с различными компаниями, сейчас работаем с «ВКонтакте».

А на какое количество людей изначально рассчитывалось мероприятие и сколько в итоге пришло?



Ну, мы рассчитывали на 400 и отобрали 400. Если брать период отбора, то было более 20 тыс. заявок, более 50 человек на место.

Хотелось бы узнать, с какими основными трудностями вы столкнулись при подготовке программы «Вызов».

На «Больших вызовах» главная сложность в том, что содержание не наше, а партнерское, и в этом смысле важна экспертиза того, что происходит на всех этапах. У нас собирается 12 направлений и 12 руководителей, надо чтобы они были экспертами в своих областях, и наша задача найти людей. Которые компетентны в этом. И чтобы происходила коммуникация в команде, и чтобы все были настроены на результат, потому что проектов очень много и времени на подготовку уходит тоже не мало, иногда горизонтальные связи не очень эффективны, поэтому приходится выходить через руководителей, но я думаю, что это главные сложности.

А как вы считаете, какие были основные успехи и с чем они были связаны?

Основные успехи в том, что мы провели содержательную программу и учащимся это было интересно и проекты, которые реализовали школьники, были содержательными, но под этим я подразумеваю, что не у многих проектов есть пост-сопровождение, кто-то опубликовался, кто-то оформляет патент, то есть в целом та идея, которую мы задумывали, реализуется.

А вы можете привести пример проектов детских?


Да, в целом у нас 84 проекта представлено на сайте. Из примеров – это «Спутник», две команды работали над проектом, одна команда работала над нагрузкой, а вторая команда делала конструктив – это система ориентации, навигации, энергообеспечения, и за программу ребята доработали спутник, испытали его, и теперь устройство дорабатывается и испытывается и будет, как я надеюсь, запущено в середине этого года.

А есть то, что вы бы сделали по-другому по прошествии программы?

Я бы просто расширил количество людей, которые занимаются только этой программой, то есть людей, которые не занимаются ничем остальным, кроме программы, но это не очень возможно по организационно-финансовым возможностям.

А какие вы можете выделить показатели эффективности в целом?

Обратная связь участников, это результативность их проектов, обратная связь от партнеров, это уровень результатов, который измеряется не нами, а другими конкурсами, программами, журналами, в которых ребята публикуются, то есть максимально результаты должны быть от нас, чтобы можно было оценить.



ИНТЕРВЬЮ: ДЯТЛОВА ПОЛИНА

Директор фаблаб Политех



Как и для чего создавался Фаблаб?

Фаблаб Политех, с одной стороны, создавался как структурное подразделение политехнического университета для привлечения молодежи, чтобы студенты могли на практике посмотреть, что такое инженерные специальности, как применяются те предметы, которые они изучают, а также как своеобразное студенческое сообщество, которое растет и развивается.

Какие были первоначальные шаги по созданию?

Изначально, это совместное детище политехнического университета и «Фотомеханики» - компании, которая выросла из политехниче-

ского университета. У нас не просто Фаблаб, а ещё и центр молодежного инновационного творчества, который был открыт по программе Бортника.

Как устроена работа в Фаблабе?

Это сложный и очень емкий вопрос. У нас есть основная команда, а также есть много студентов, которые помогают в нашей деятельности. Мы делаем проекты, занимаемся со школьниками, участвуем в мероприятиях, в том числе кружкового движения. В этом году запустили профиль «Передовые производственные технологии». Также осуществляем сотрудничество с другими вузами, в том числе зарубежными, в сфере проектной деятельности.

Сколько у вас человек задействовано в работе?

Основная команда состоит из 17 человек, но наше сообщество сейчас насчитывает больше 6 тысяч человек.

С какого возраста можно стать участником сообщества?

Резидентами у нас являются и школьники. На мастер-классы ходят и совсем маленькие дети, от 5 лет и старше. Основная часть сообщества – от 12 лет.

Какие проекты уже были реализованы?

Мы разработали набор цифрового производственного оборудования для работы в школе, он состоит из 4 станков: это 3D-принтер, 3D-сканер, фрезер и лазерный станок. Они полностью адаптированы для уроков технологии в школах. В настоящее время этот проект превратился в самостоятельный бизнес, который, надеюсь, в этом году начнет приносить прибыль. Мы поставили уже несколько комплектов в лекториумы в Татарстане, несколько комплектов стоят в Петербурге, в школах. Это один из наших самых удачных проектов, который коммерциализовался.

Есть проект социального направления, о котором тоже хочется рассказать: наш резидент, Олег Ковалев, в рамках одной из первых проектных школ, повторил, то, что было в открытом доступе: сделал так называемую роботу. Это рука, которая управляется посредством перчатки, надетой на человека, за счет датчиков. Позже к нам в Фаблаб обратилась девочка, у которой не было руки ниже локтя с рождения. Для нее был изготовлен протез на основе разработки Олега. За четыре года существования проект дорос до создания биолaborатории на базе политехнического университета, которая выполняет, в том числе, государственные заказы в области биопротезирования.

На самом деле огромное количество проектов, в том числе детских, которые выигрывают в различных российских и международных конкурсах.

Расскажите подробнее про детские проекты.

Например, нейрокар – это машинка, которая управляется за счет силы мысли. То есть это некий интерактивный тренажер, который позволяет человеку контролировать своё состояние концентрации и медитации.

Известны ли вам примеры российских и/или зарубежных мероприятий для сообщества мейкеров, и если известны, то расскажите подробнее о том, кто это и что они делают.

Самый известный, по моему мнению, это Maker Faire – фестиваль для мейкеров. Я была на Hannover Maker Faire, в рамках образовательной программы со студентами. У нас был совместный проект, который мы готовили специально для этого фестиваля. Open space фестивали – это самый популярный формат в мейкерской среде.

В Петербурге есть «Пикник», это один из наших любимых фестивалей, так как наша история начиналась вместе с ним – как только мы открылись, сразу принимали в нем участие.

Фестиваль Вконтакте, там тоже есть научно-технологическая зона, в которой мейкерам самое место. Есть, может быть на первый взгляд удаленные фестивали, например, Комик-кон, Стар-кон – фестивали науки и фантастики. Воспроизведение объектов, костюмов из фантастического кино фантастического, требуют даже не инженерного, а именно мейкерского подхода.

В этом году мы проводили с организаторами как раз первый фестиваль кубка Голдберга, когда ребята за день собирают машины Голдберга по заданной тематике.

В свою очередь, мы тоже три года подряд проводили фестивали, назывались «Пикник», потом переименовались в Полифест, там тоже были зона для мейкеров, зоны для различных подразделений политехнического университета.

Какие мероприятия можно назвать успешными? То есть, как отличить хорошее мероприятие от плохого, или успешное от неуспешного? Какие вы можете выделить показатели эффективности мероприятия?

Для меня показатель – это удовлетворенность моей команды после мероприятия, когда они понимают, что не зря съездили. Также, это количество людей на мероприятии, отклики в социальных сетях о мероприятии.

Как вы считаете, какими способами организаторы мероприятий добиваются вовлечения людей и ресурсных центров в программы мероприятий, можно ли сказать, что они формируют сообщество вокруг себя, и если да, то за счет чего?

Самое сложное – это понять, для какой аудитории ты делаешь мероприятие. Если мероприятие проводится для молодежи, то организатор акцентирует внимание на интересах



молодежи. Если это мероприятие для детей, то необходимо заинтересовать не только детей, но и их родителей.

Сейчас, по моему мнению, общество развернулось в сторону формата Maker Faire. С каждым годом всё больше и больше людей приходит в эту деятельность, поэтому фестивали становятся такими популярными, и количество их растет в России.

В каких фестивалях вы участвовали и в какой роли? Как у вас была выстроена коммуникация с организаторами мероприятия?

Мы принимаем участие в огромном количестве мероприятий, практически каждую неделю мы куда-то выезжаем. Как я уже упоминала, мы были со студентами на Hannover Maker Faire, организатором которого выступал наш немецкий коллега. Он рассказал остальным организаторам Maker Faire'a, о том, что студенты делают четыре проекта в рамках международной программы, которые и были представлены на фестивале. В настоящее время сообщество мейкеров не настолько большое, поэтому мы друг друга знаем, и, конечно, приглашаем на мероприятия.

Сколько времени занимает подготовка к мероприятию, какие ресурсы используются?

На самом деле, это постоянная работа, которая заключается в создании некоего пула проектов, которые можно представлять на фестивалях и других мероприятиях. Мы поддерживаем ребят, которые приходят в Фаблаб со своими идеями, проводим внутренние мероприятия, стараемся сделать так, чтобы наш стенд был разнообразнее и интереснее. Вот поэтому работа никогда не прекращается.

Назовите основные проблемы, с которыми сталкиваются мейкеры в процессе участия в такого рода мероприятиях, и сталкивались ли вы с такими проблемами?

Бывают проблемы организационно-технического характера: не донесли столов, не хватает розеток, недостаточное напряжение и т.д. Если это open space мероприятие, то ключевой фактор – погода. А каких-то нерешаемых проблем – никогда не было.

А какие результаты по итогам фестиваля вы можете выделить для себя или для Фаблаба, и как вы измеряете эффективность мероприятия именно для вас?

Главный показатель - количество людей, которые потом приходят к нам. Мероприятие мы считаем эффективным, если оно имеет потом отклик в нашей обычной жизни, то есть это либо какие-либо новые партнеры, либо новые проекты, ну и конечно, это новые ребята, которые к нам приходят после мероприятия.

Обобщив весь опыт, что бы Вы посоветовали организатору мероприятия, фестиваля для мейкеров?

Я бы просто посоветовала чуть больше терпения. А также следить за трендами и иметь рядом надежную команду.

A photograph of a man and a woman looking at a laptop at a conference booth. The man is pointing at the screen while the woman looks on. In the background, other people are seated at tables, and a camera on a tripod is visible.

ИНТЕРВЬЮ: ПАВЕЛ ФРОЛОВ

Директор в ГНУ/
Линукс центр



Мероприятия для мейкеров делятся на две категории – это развлечения и категория образования. Я скептически отношусь к первой категории, так как упор, в данном случае делается на то, чтобы, например, построить фуд-корт, привлечь звезд, сделать показам одежды, напечатаной на 3D принтере. Таким мероприятием является «Гик пикник». С точки зрения мероприятий, имеющих какую-то осмысленность и приносящих пользу людям, я бы выделил конференцию «Фаб». Так как эту конференцию делает Нил Гершенфельд, то там есть треки из Академии и туда же можно приехать поучиться. Прямо там пройти сертификации. В ее рамках проходит обучающий трек, большая выставка, где выставляют свои машины и обмениваются опытом. Если делать что-то осмысленное, то за основу можно брать

это мероприятие. Нечто промежуточное между «Гик пикником» и «Фабом» это Maker Faire.

Тебя приглашают как человека, который проводит образовательные курсы и ты сам являешься мейкером. Скажи, как тебе бы хотелось, чтобы организационный комитет с тобой взаимодействовал, какие мероприятия тебе больше нравятся, на какие мероприятия ты пойдешь?

Я участвую в мероприятиях, за которые либо мне платят, либо хотя бы никто никому не платит. Соответственно, если мне покупают билеты, оплачивают гостиницу, дают поставить стенд, тогда я еду, также у меня есть райдер, что я могу делать на мероприятии. Себе я могу позволить только такое,

иногда раз или два раза в год я езжу за свои средства, либо это конференция в MIT – это то, что для меня действительно важно, либо это мировая олимпиада по робототехнике, либо иногда бывают мероприятия, связанные с выставками в Азии. Азия для меня – важный рынок, и я понимаю, что мои вложения в такие командировки окупятся.

Расскажи про свой опыт участия в подобных мероприятиях, какие-то яркие кейсы, что тебе больше всего понравилось, как участнику этого действия. Может быть понравились какие-то форматы?

РБК и, по-моему, «Ассоциация инновационных регионов России» совместно провели стажировку по мейкерским местам. Мы объехали несколько крутых мейкерских крутых мест в Шанхае и Шеньчжене.

Потом поехали на мероприятие, где нет регламента, просто необходимо приехать и выставить свои объекты. Я все выставил, все тут же подошли, посмотрели роботов и 3D принтер, потом подошел Нил Гершенфельд и предложил выставиться у них на стенде, на главном стенде всей конференции. А он является мейкерским, его строили из подножных материалов, и они сделали мне угол под мои объекты. Но это меня очень порадовало.

Какой твой самый неудачный опыт на мероприятии?

Когда государство устраивает мероприятие, видно, что тратит большие деньги. Меня попросили приехать, все оплатили, я прихожу в зал, там стоят камеры, я выступаю и я в этом зале один и никого не было, я был один. Люди выкладываются, чтобы меня привезти, но не думают о тех, кто будет меня слушать. Такое раза 3 было. Пару раз на меня много денег потратили, чтобы я приехал, пару тысяч долларов, не считая зала и оборудования, и это для того, чтобы я поговорил камеру.

Что ждет российское мейкерское сообщество в целом, есть ли у него перспектива?

Я изучал это сообщество, и оно очень перекликается с сообществом опенсорсным. Состоявшийся мейкер – это одиночка, который в возрасте и который не ходит тусоваться. Он сидит в гараже и паяет винтажный светильник. Он нелюдимый, тусовки далеки от системы ценностей мейкера.

Возможно как-то привлечь такого мейкера для участия в мероприятиях?

Обучение. Вот этот человек сидит и паяет мотоцикл, и ему говорят, мы привезет самого крутого «делателя» мотоциклов. Вот на такое мероприятие он придет.

Maker Faire возник от того, что возник журнал «Make», движение мейкеров только потом появился фестиваль и он был сопровождающим для мероприятия. У нас был путь через события и ориентирован на людей, которые любят технологии. Как ты считаешь, должны ли быть промежуточные информационные поводы и должны ли быть такая линия? Может быть, с изданием для мейкеров?

Издание для мейкеров вещь нужная, и я его издаю, уже 12 лет - «Linux Format». Изначально оно было посвящено Linux, а потом, когда мы начали писать про железо, то получили много писем, чтобы писали еще. Мы тогда стали первым дистрибьютером.

Какие бы рекомендации, ты, как держатель повестки, дал бы для организаторов мероприятий?

Что такое event, здесь два варианта, либо это для того, чтобы люди познакомились. Потому что это проблема. Нетворкинг – там вообще не нужно запускать посторонних, но должно быть понимание, что людей нужно перезнакомить. Такое очень круто делает MIT, анконференс, это больше чем конференс. В свое время я там поучаствовал, написал, что хочу сделать круглый стол на тему «обучение детей программированию», и туда пришла вся команда MIT, и там было очень интересно. Я зашел в комнату, там сидело очень много людей, я даже подумал, что ошибся. Все сидят и общаются. В какой-то момент я спросил: «А кто организатор?», и оказалось, что я. Когда ты сам можешь объявить повестку, то это в духе сообщества.. Второе – это сосредоточится на том, какую пользу я могу получить с этого. Если предполагается, что мейкеры собираются поднимать экономику, нужно понимать, что мероприятие позволяло «стартовать». Чтобы участник мог заработать деньги.

Через что можно заработать деньги?

Нужно понять, что есть такая задача. Дальше это можно быть, ярмарка, где я смогу



развернуть торговлю, хоть мебелью собственного изготовления. Если задача просто с этим сообществом взаимодействует, то, возможно, просто нужна движуха в интернете. Мы сейчас провели серию вебинаров, мы проводим олимпиаду. Задачей олимпиады является пойти в магазин, купить детали, придумать свою плату, пайки и т.п., затем механические детали, далее создать роботизированное устройство и защитить его. У нас есть три номинации: идея, проект и изделие. Идея, для тех, кто только начинает свою деятельность, но старался (нет опыта); проект для тех, у кого всё хорошо, но нет ресурсов, такие обычно разрабатывают, но пока не могут сделать что-то руками. Изде-

лие соответственно это для тех, кто смог все реализовать. Здесь взаимодействуем с сетью «Фаблабов». Есть еще номинация, она называется «Неограниченные возможности», где дополнительно ставится условие, что то, что ты делаешь должно быть полезно инвалидам. Сейчас мы ведем цикл вебинар, как сделать робота, как победить на «Робофабрике». У нас выступали наставники в этой области.

Сейчас мы озаботились изучением технического русского языка, такой вот проект задумывается. И если мейкеры будут изучать русский, то можно будет их приглашать и создавать горизонтальные связи между странами.

ИНТЕРВЬЮ: ЯКОВ СОМОВ

Руководитель онлайн-платформы Лекториум



Яков, Юлия, расскажите про ваш опыт организации Кубка Голдберга

Что касается «Голдберга», мы сейчас создаем сообщество, которое знает что такое «машина «Голдберга». Такого сообщества не было, сейчас наша задача познакомить людей с форматом и его сформировать. Лайфхак это всем рассказывать то, что нужно и давать попробовать. Например, для этого работают наши мастерские, когда человек пробует и понимает его это или нет.

А как вы формируете сеть мастерских, где они расположены и с кем вы договариваетесь.

Строить машины Голдберга – это хобби, которые есть у людей, которые занимаются инженерией в совершенно разном возрас-

те. Для того, чтобы на них выйти, мы с Юлей придумали несколько форматов, чтобы этим людям было проще связаться и войти в это движение. Это несколько по-разному организованных мероприятий, куда это сообщество может объединяться. Мастерские про которые говорила Юля, по факту это Хакатоны, только в них нет соревновательного элемента. Это мероприятие, куда можно прийти с любым уровнем подготовки, чтобы понять формат. Мы называем это мастерские, чтобы дистанцироваться от хакатонов, но в хакатонах группы соревнуются, а у нас они формируются на месте и решают задачу по формированию машины «Голдберга» и в итоге мы получаем одну большую машину. Это один из форматов и он легко может трансформироваться под любую аудиторию. Мы рассматриваем разные форматы, чтобы понять какие взлетят или нет. Мы дела-

ли соревновательный формат, когда машину Голберта делают дома, потом собирают тут. Нам хотелось показать, что это не простая игрушка и не так просто делается. Когда мы делали проект (мастерские), в Питерском Политехе нам помогли сформировать требования к соревнованиям. Один этап – подготовка и защита, когда только спроектировали, а потом постройка с куратором и уже конкурсная история. В нашем случае помогали микро-гранты, эту же логику Юля использует в «Старконе» для того, чтобы люди могли участвовать в конкурсе стендов. Фанаты создают какие-то объекты, референсы и защищают свои проекты. Третий формат – это формат показательных выступлений, одна машина, которая привозится на место, и она больше арт объект и он для еще более широкой аудитории, для тех, кто вообще не понимает как работает машина «Голдберг». Когда людям дают 10 кв. м и говорят творите всё, что хотите – это слишком много свободы, если даешь несколько форматов, например фонтаский стенд, то у людей появляется разделение и это позволяет эффективно работать.

Скажи, как люди вовлекают из не мейкерского сообщества во что-то глобальное. Какие сложности возникают в этом деле.

Юлия: Да давай, расскажу, когда я пришла нужно было конкурировать за площадку, чтобы люди шли к нам. У нас уже есть определенная аудитория, мы им давали стенд и говорили командам что в итоге не должна получиться пустая фотозона. Нужен контент, поэтому команды надевали костюмы и сами придумывали активности. Постепенно расширялся круг знакомых. Мы поддерживаем команды деньгами, но многое работает через связи.

Скажите, а как еще вы им помогаете?

Яков: вся команда «Старкома» говорит: «давайте делать» и люди объединяются в команды и начинают работать. У меня в команде есть люди, которые строят стенды, они сделали и уезжают, им не интересно что будет происходить дальше. Что стенды на старконе, что машины «Голдберг» – это проекты, которые имеют независимую экспертизу. Имеют внутри себя нечто противоречивое и это по сути они формируют команды с нестандартным сочетанием функций. Я через такие проекты находил потрясающих интересных людей.

Юлия: У людей есть повод, они сначала реализовывают сами, а мы начинаем на них давить и выделять проекты, которые интересны не только им, но и внешней аудитории. Еще нужны рамки, которые ставит арт директор,

потому что судьи – это не сторонние эксперты, а люди. Под этим давлением вырастает результат, если им это нравится, то они идут дальше и продолжают работать.

Яков: в «Старконе» а там есть призы и есть признание публики. У нас у стендовиков в результате деятельности у всех формируется тусовка, где люди общаются, совместно арендуют гараж. Зрители приходят и думают, почему сделали так, можно сделать лучше. Я вот сделаю лучше и сделаю это в следующем году. У нас неплохо работает система, когда люди понимают, что сделали не очень и в следующем году сделают лучше. Как мне известно постройка фанатских стендов – это уникальная российская история. Сейчас по России в сообществе считают, что у тебя должен быть фанатский стенд. Мой стенд стоил 70 тыс рублей. Остальные платят 20,30,50 тыс.рублей. Люди вкладывают свои деньги, чтобы

Юлия: 2016 год команда вложила в свой стенд 200 с лишним тыс., это была мастерская, которая делает элементы, у них был натуральный брус, одежда.

Яков: средства которые вкладывают не всегда оправданы, люди делают это потому, что не могут не делать. Деятельность «Старкон» – это колоссальная застройка.


Юлия: звездные врата, история, когда два человека посмотрели до этого, пошли в фаблаб и собрали звездные врата, у нас эти врата весели над потолком, они не успели доделать, но сама попытка, что они это сделали и нигде такого не было. Но они попали на все фотографии. 2016 г был замок в 4 метра «Скайрим» у них было 120 кв.м площади.

Да меня впечатлило, что там технологии и очень круто. Мне интересно как вы с ними взаимодействуете: телефон, почта, телеграмм, связи?

Юлия: по поводу «Голдберга» у нас есть программа соревнования, где мы отображаем, что мы хотим увидеть. Что касается «Старкома», то тут больше Яша ответит.

Яков по поводу «Старкона», общая идея – у нас есть субкультуры, которые хотят развиваться. Есть мероприятия, которые объединяют кучу людей, но по факту ничего не знают, бывают, что не могут привлечь спонсоров, потому что их не знают. Очень много людей, которые занимаются шитьем, занимаются косплеем. Таких людей нужно найти.

Спасибо вам огромное!

A man with blonde hair, wearing a dark jacket, is leaning over a table, looking at a project. A woman with blonde hair, wearing a light-colored top, is standing next to him, also looking at the project. They are in a workshop or maker space with various tools and equipment visible in the background. The text "ИНТЕРВЬЮ: МЭТ КЕНИГСОН" is overlaid on the image in large white letters.

ИНТЕРВЬЮ: МЭТ КЕНИГСОН

Руководитель фестиваля Nashville Maker Faire



Добрый день! Мэтт, скажи, а Нэшвилл – большой город?

Нэшвилль это очень красивое место, у нас здесь много музыки.

Получается, что это художественный город или город искусств? Сколько в нем жителей?

Да, он знаменит этим. Фактически, город составляет около 800 000, а вокруг живет еще около 2 миллионов.

Я хочу больше узнать о вашем фестивале, как вы руководите проектом, как вы объединяете разные группы людей?

В США существует 2 основных типа событий для мейкеров, один из которых всегда лицензируется огромной компанией Maker Media. Штаб-квартира находится в Сан-Франциско, и они управляют самыми крупными событиями, такими как Bay Area Maker Faire, New York Maker Faire и некоторыми другими событиями в Европе, такие как Rome Maker Faire и Germany Maker Faire. И вторая группа – это события, которые не лицензированы. Но все другие события, у которых есть имя Maker Faire, лицензированы Maker Media. Они, в основном, меньше и не так хорошо связаны между собой. Они не лицензируются Maker Media, поэтому они обычно называют себя инновационными ярмарками. Существуют разные варианты

имен, но они не называются Maker Faire, потому что имя принадлежит Maker Media. Тем не менее эти мероприятия очень похожи между собой.

Первое, что я делаю для организации Nashville Maker Faire, заключается в том, что я получаю лицензионное соглашение с Maker Media, которая добавляет свою визу, чтобы мы могли публиковать новости и их веб-сайт.

Были времена, когда мы думали работать отдельно, тогда бы мы не платили лицензионные сборы, сейчас это имеет смысл для бренда. У меня также есть компания, ориентированная на мейкеров, – Makernet. Это платформа, предназначенная для подключения мейкеров по всему миру, отдельно от мейкерспейса, который мы сопровождаем с командой

Мне очень интересно, что у вас, ребята, есть компания, которая хочет увеличить своё присутствие в мире создателей, и мне интересно, есть ли какие-то возможности для совместной работы.

Замечательно. В нашем проекте Makernet недавно вышел еще один проект под названием проект NC, который собрал информацию обо всех пространствах для творчества, а также все творческие пространства в мире. Так что это еще одна область, где мы можем сотрудничать, потому что необходимо сделать этот проект лучше и точнее.

Не могли бы вы рассказать нам больше о событиях, особенностях вашего мероприятия и как вы это делаете? Сколько месяцев вам нужно для проведения мероприятия?

Наш фестиваль мы делаем совместно с Университетом Вандербилта. И они обеспечивают пространство и некоторую логистику. Они сами приглашают от 30 до 40 мейкеров, которые приходят на мероприятие. Но мы также взаимодействуем с Maker Faire совместно с Детским научным музеем, у которого есть научный центр Adventures. На фестиваль традиционно приходит много детей, и им должно быть весело. При этом мы скорее фокусируемся на содержании, которым интересуются взрослые люди, например крупные роботы и всевозможные технологические гаджеты. В прошлом году у нас было около 4300 человек, и в этом году у нас будет 6 000. Я уверен, что мы можем достичь планки в 10 000. И я уверен, что в Москве вы сможете получить

гораздо больше. Это такой большой город. В прошлом году мы достигли большого успеха: местные компании благодаря эффективным переговорам вносили свой вклад, чтобы обеспечить фестиваль, поэтому в прошлом году мы не взимали никаких взносов с участников. В этом году мы пытаемся решить, делать ли фестиваль платным или нет. Так что это определенно открытый вопрос.

Как вы ищете хедлайнеров фестиваля?

Мы хотим в первую очередь решить задачу заполнения пространства. Мы также проводим много времени в течение года, чтобы охватить мейкеров всего сообщества, поэтому мы много делаем для общения с людьми в соседних государствах, у которых есть проекты, которые очень интересны для нас. Мы проводим поиск на YouTube, Facebook, Twitter и других социальных сетях, чтобы найти людей, которые говорят об интересных для нас проектах. Два года назад мы нашли парня его собственную подводную лодку!

В сумме около трети мейкеров пришли, потому что мы их сами искали и приводили. При этом мы работаем на сто процентов как добровольцы. У нас не так много людей, которые могут потратить весь день на работу на фестивале.

Каковы основные трудности в организации фестиваля?

У меня есть друг, его зовут Джолан, и он говорит о проблеме номер один – не все задачи выполняются так, как надо. Все хотят иметь больше ресурсов. У вас должно быть 2 или 3 человека для каждой позиции, поэтому, если один человек занят, другой может помочь, потому что худшая вещь в мире заключается в том, что люди доверяют кому-то, а это не всегда работает. И хочется, чтобы когда они были заняты, их кто-то мог заменить.

Сколько добровольцев организует это мероприятие?

В нашем случае у нас около 30 добровольцев, и 10–14 из них участвуют в планировании в течение всего года, а остальные участвуют только в день праздника. У нас 2-недельное мероприятие, и для запуска мероприятия нам требуется 40–50 человек. Большинство людей работают всего один день, около 14 человек – это те, кто планирует мероприятие круглый год, еще 10 че-



люди подключаются очень близко к дате фестиваля. Они пытаются управлять всей логистикой, управлять всеми добровольцами и остальными процессами. И в день праздника мы обычно приглашаем около 20 или 30 добровольцев, которые присоединяются к нам только для того, чтобы управлять локальными задачами.

Как вы видите стратегию Nashville Makers в 2 года, 3 года?

Сейчас мы находимся в состоянии перестройки. В первые 3 года у нас наблюдался неплохой рост, но выдался один очень плохой год, когда был спад, не было открытого плана, поэтому было снижение числа посетителей. Сейчас мы восстанавливаемся, в 2016 году мы работали в дождь и пришло 1500 человек. В 2017 году у нас было 4300 человек, и это был большой прирост. Но это еще не самый лучший год. Итак, теперь мы надеемся, что в этом году достигнем самых высоких показателей – 6 000–6500 человек. Мы хотели бы достигнуть 10 000 в течение следующих лет. Мы сотрудничаем со многими компаниями, которые будут предоставлять достаточно спонсорских средств, чтобы не приходилось это перекладывать на посетителей. Еще одна вещь, которую мы делаем, заключается в том, что мы намерены значительно увеличить количество корпоративных спонсоров, в частности от маркетинга.

Еще мы постоянно развиваем нашу музыкальную программу, потому что это Нэшвилл, город музыки в США. В прошлом году у нас было 14 групп, а в этом году их будет больше: у нас, вероятно, будут приглашенные музыканты из нескольких штатов.

Пиар – это наша приоритетная задача. Очень важно информировать людей об их возможностях. Например, фестиваль искусства, который проводится в Восточном Нэшвилле, стал иметь большой успех, когда получил профессиональное управление. Теперь он насчитывает около 30 000 человек, на площадке располагается множество магазинов, где можно покупать вещи. Так что мне кажется, что у нас есть вероятность расти намного быстрее текущего темпа.

Каким было ваше лучшее событие как для разработчиков, которое вы посещаете самостоятельно, и почему вам это понравилось?

Я стараюсь каждый год ездить на Bay Area Maker Faire. Кажется, что я являюсь одним из продюсеров мероприятия в этом году. Мне нравится, что у него так много больших экспонатов. В конце концов, я хотел бы получить их в Нэшвилле, но никто в Нэшвилле не станет строить 30–40-футовые статуи. Но на Bay Area вы найдете этих людей, потому что они делают это и для Maker Faire, и для Burning Man. Все это очень большие скульптуры и очень удивительные вещи. Еще мне нравится то, что у них есть большая площадь, где стоит огромная пещера, там темно и представлены светящиеся экспонаты.