
Подготовка и организация научных конференций.

Опыт «Гуманитарных чтений»
в РГГУ

Перлов А.М., доцент ВШЕК РГГУ, координатор по подготовке «Гуманитарных чтений РГГУ – 2009»

План

Ресурсы:

<http://www.gumchtenia.rggu.ru/article.html?id=73386>

1. «Идеология» организации конференций
 2. Технология подготовки и проведения конференции
 3. «Гуманитарные чтения РГГУ» - удобная площадка для участия филиалов в научной работе университета
-

Полезные ресурсы:

<http://www.gumchtenia.rggu.ru/article.html?id=73386>

Адреса:

- Научная деятельность в РГГУ - <http://science.rggu.ru/>
- Прием заявок на финансовую поддержку научных командировок и мероприятий (конференций) на 2009 год (с формами заявок) - <http://science.rggu.ru/section.html?id=4648>
- Конференции и постоянно действующие научные семинары РГГУ - <http://science.rggu.ru/section.html?id=128>
- Гуманитарные чтения РГГУ - <http://www.gumchtenia.rggu.ru/>

Файлы (обратите внимание, файлы являются немного устаревшими – 2006 г.)

- Порядок подготовки и проведения научных мероприятий в Российском государственном гуманитарном университете (с формами приложений – приказа, инфописьма и т.п.)
- Организационная схема проведения конференции (полный вариант)
- Эта презентация

Еще ссылки:

- Косилова Е. (МГУ). Как организовать конференцию - http://kosilova.textdriven.com/narod/tmp2/how_to_organize_a_conf.htm
 - А вот что важно для IT-специалистов - <http://stas-fomin.blogspot.com/2008/11/secr-2008-it.html>
-

I. «Идеология» организации конференций

1. Главное – расстановка приоритетов (отчитаться, провести учебное мероприятие с целью что-то рассказать студентам, провести учебное мероприятие с целью спросить со студентов, устроить смотр научной деятельности сотрудников, стимулировать научную работу сотрудников в конкретном направлении (под грант, сборник и т.п.), поставить научную работу сотрудников в более широкий контекст и т.п.)

**Решить:
для чего нужна конференция?**

Например, если сотрудники – в первую очередь, преподаватели, то конференцию можно сделать учебно-методической, пусть расскажут про свое преподавание.

2. Если конференция не нужна (= проводится, чтобы отчитаться), варианты поведения:

2.1. – не проводить. В РГГУ и в стране масса пустой показухи. Мастерство начальника – понять, чего можно не делать.

2.2. – назвать конференцией что-то другое: круглый стол, предзащиту дипломных или курсовых работ студентов, заседание кафедры.

2.3. – решить, что раз формат все-таки есть и можно воспользоваться административным ресурсом (сверху приказано), использовать его максимально полезным образом. См. п. 1.: **Для чего нужна конференция?**

- Представить результаты (научной) работы сотрудников или подразделений;
- Стратегическая перспектива – использовать обязанность участвовать в конференции для того, чтобы заставить себя сделать что-то, до чего раньше руки не доходили, но абсолютно необходимое;
- Привлечь к своей работе внимание коллег. Однако это предполагает ответственность и взаимность: готовность интересоваться результатами их работы.

3. Главное: представить себе людей, целевую аудиторию конференции (~~студенты?, докладчики?, слушатели?~~) и все остальное продумывать под их потребности.

4. Организаторы

- Оптимально: чтобы среди них был человек, которому эта конференция нужна, и который понимает в теме.
- Молодой специалист + опытный организатор (кто-то из них статусный) + технический секретарь.
 - Привлечение дополнительных людей – нормально (и для чтения тезисов, и для поиска докладчиков, и для сидения на регистрации, и для модерирования секций).
- Вариант: опытный специалист / организатор + молодой специалист / секретарь.
- Очень желательно: чтобы сайт конференции вел человек, хорошо разбирающийся в теме (да и программу верстал).

Освободить время. Организаторов, возможно и слушателей (преподавателей, студентов).

5. Стратегические вопросы: 1. Формат докладов и круг докладчиков. 2. Открытая или закрытая. 3. Название.

4. PR-концепция

5.1. Формат докладов. Стратегически – см. п. 1. Технически – учитывать (ср. Косилова):

5.1.1. Чем больше конференция, тем на нее приедет половина заявившихся участников.

5.1.2. В регламент надо закладывать время, равное 2/3 от реально ожидаемого.

5.1.3. Обязательно – от докладчиков предварительные материалы (тезисы, abstracts, полные тексты)! Обсуждается только, какие.

5.2. Если конференция открытая (докладчиком может стать любой желающий, приславший заявочные материалы удовлетворительного уровня) – рассчитать дедлайны. От рассылки информационного письма до тезисов – две недели, от тезисов до конференции – месяц. Поправки на иногородних, международных и высокостатусных (договариваться сильно заранее) участников.

5.3. Название. И конференции, и конкретных секций – всегда (до определенного предела) можно изменить. Конкретные и общие («гуманитарные чтения») названия. По возможности, разумный подзаголовок задним числом.

5.4. PR-концепция. Откуда возьмутся слушатели, как будет происходить оповещение «широкой» общественности, что будем делать с материалами. Лучше, если PR-концепция есть, существенно влияет на сроки

II. Технология подготовки и проведения конференции

- Предупреждение: больше будет говориться о содержательной стороне подготовки конференции, не о финансах и не о PR, хотя очень тесно переплетено. И очень немного - о технике и обедах.
-

1. Составление (своей) оргсхемы

- Бланк – см. на сайте
- Всегда: срок, исполнитель, временной запас (желаемое время и дедлайн)

		Срок	Исполнитель	Примечания
9.	Сбор материалов			
	□ Заявки для программы			
...				
26	Составление отчета для УКВПП РГГУ			

2. Информационное письмо

- Надо диверсифицировать: докладчикам, участникам, представителям общественности (СМИ). Ключевым докладчикам целесообразно посылать индивидуальное приглашение, после того как достигнута (относительно статусным лицом) предварительная договоренность.
- Информационное письмо открытой конференции может сопровождаться бланком и / или образцом заявки.
- Обязательно надо указывать, кто оплачивает иногородним участникам дорогу, проживание и трансфер. Будет ли публикация материалов и за чьи деньги. Есть ли организационный взнос, сбор денег на фуршет или на культурную программу.
- Если конференция монтируется в систему студенческой или, допустим, кафедральной отчетности, об этом тоже надо дать понять.

Как писать информационное письмо?

1. Представляйте в качестве адресата письма конкретного / типового человека, и что Вы хотите от него добиться.
2. Лучше, если информационное письмо будет содержательным. Однако не стремитесь выразить все и не пишите дольше часа. Совершенства все равно не достичь, а суть будет выражена.

То, без чего нельзя или очень нежелательно:

3. Пиарконцепция.

- Необходимый (участники и слушатели) и желательный пиар. Если конференция закрытая, то без дополнительных усилий никто не придет (даже тем более студенты).
- У любой конференции, выходящей за пределы заседания кафедры или предзащиты, должен быть сайт. На нем поясняются условия участия в (открытой) конференции, документируются и редактируются материалы, размещается оперативная программа. Сайт функционирует как средство связи с организаторами. В близкой перспективе – поголовный переход конференций на онлайн регистрацию.
- Обязательно должны указываться оперативные контакты – чей-то мобильный телефон (и, конечно, почта).

4. Подготовка приказа.

5. Обращение с докладчиками («активными участниками»)

- Всегда требуйте от докладчиков тезисов и сильно заранее. Для отбора и допуска на открытую конференцию, для того, чтобы докладчик хоть что-то сделал, а не просто пришел со своей вечнозеленой темой (за которую его, по правде, и позвали) на закрытую.
- Активная динамика отношений. На любое письмо – подтверждение получения и благодарность. В конце любого письма – просьба о подтверждении. Зато возможность напомнить о контексте отношений: «как мы с Вами говорили 11 ноября... » (большинство поверит, что Вы об этом и договаривались). Все документировать – чтобы всегда было где посмотреть требования и не мог сослаться, что потерял. Еще и сигнал серьезности Вашего отношения к делу.
- Если есть хоть малейшая ненадежность, обязательно подтверждайте письма звонками (когда лично, когда секретарь). И обзванивайте накануне мероприятия, чтобы уменьшить количество неприятных неожиданностей.

6. Нюансы переговоров

6.1. Стремитесь к тому, чтобы людям и структурам было выгодно. Три варианта.

1. Зримее всего – если материально.

2. С точки зрения отчетности, возможность одним мероприятием отчитаться по нескольким линиям.

3. Хотя, казалось бы, выступление с докладом это самореализация, но про это люди, особенно взрослые предпочитают решать сами. Или на автопилоте несут излюбленный готовый топик (что иногда тоже очень уместно). Поэтому 4 – очень важно оседлывать местные инициативы.

6.2. Принципиально уметь слушать, особенно если Вы облечены властью, но не абсолютной.

С чем, например, сталкиваюсь я: в РГГУ люди редко говорят «нет». Они говорят «да» и не делают или делают в последний момент и очень плохо. Поэтому очень важно понять, что человек или кафедра реально будут делать. Получить обещание и оставить в покое вплоть до дедлайна – никак нельзя.

7. Главный продукт конференции – программа (сборник тезисов)

- В тесной связке с сайтом – объемные материалы (в т.ч. изображения и записи, дополнительные материалы), оперативное обновление.
 - Тем более, это очень просто. В крайнем случае, не заморачивайтесь с версткой файлов, а просто пишите: «Все материалы приводятся в авторской редакции». Главная страница – просто сверстанный в Word список гиперссылок. Но обязательно!
- Очень желательно, чтобы бумажной и электронной версткой программы занимался человек, хорошо разбирающийся в теме.
- Несколько версий и (ежедневные) листочки с самыми последними изменениями – нормально.
- Должна быть продумана навигация (если бумажное издание большое – алфавитный указатель авторов, тематические блоки).
- Предусматривать ли резерв времени и выражать ли это в программе?

8. Предварительно обеспечивать:

- Визовая поддержка, общежития, встречи (трансфер)
- Аудитории
- Людей
- Финансы (в т.ч. вознаграждения)
- Технику
- Запись
- Документацию
- Пропуска

Факультативно:

- Питание?
- Сувенирка
- Культурная программа
- Публикация (если на сайте, то предупредить)
- Возможность взноса с участников – но это вопрос пиара и маркетинга

9. Конференция начинается

- Не забыть про регистрацию (минимум, час + командировочные). Будущая база адресов.
- Ключевые фигуры конференции – модераторы. Типология:
 1. **Антимодератор**: говорит сам, долго и плохо.
 2. **Нулевой модератор**: ничего не делает или говорит то, что нужно между чужими докладами, но долго.
 3. **Плохой модератор**: делает то, без чего можно было бы обойтись. Говорит, если это не обязательно. Следит за регламентом, но привлекая к себе внимание.
 4. **Хороший модератор**: следит за регламентом жестко, но незаметно (записки на половине выступления, за 3 минуты, и в добавленное время; умелое сворачивание дискуссии вышедшего за регламент доклада; накопление вопросов и замечаний для каждого участника и для секции). Говорит то, что связывает разные доклады и дискуссию воедино и задает слушателям оптику, как видеть секцию в единстве.

Трудность: модератором может быть не просто любой подходящий человек, а кто-то, обладающий определенным авторитетом. Статусных модераторов нужно готовить.

10. Конференция идет...

- Обязательно – должен быть доступный связной с указанием двух телефонов, стационарного и мобильного.
- Кулуары – чем лучше и серьезнее конференция, тем важнее организация кулуарного общения (у физиков и компьютерщиков – стенды). У гуманитариев серьезное кулуарное общение только на школах и в выездных конференциях – проблема уровня в сообществе.
- Хорошие доклады запомнят только хорошие участники. Столовую в пятнадцати минутах ходьбы по улице, неработающий ксерокс, опоздавшего на двадцать минут техника – все.
- Помешанные. Среди гостей конференции – лучше игнорировать (качественный модератор сумеет или не дать слова, или, выслушав, сразу передать слово на формальных основаниях для следующей реплики. Не вступать в дискуссию!).

Хуже, когда зло идет от начальников конференции

1. Хозяева, пренебрегающие регламентом и не слушающие приглашенных гостей.
2. Пренебрежение «низкостатусными» участниками, особенно студентами (например, все время в секции ушло на «титулованных» докладчиков, и студенческие или аспирантские доклады отменяют).

И еще: всегда будет форс-мажор. Это нормально. Нужно учитывать при планировании времени.

III.

- Можно и нужно организовывать конференции. Но можно и присоединяться к проходящим, и участвовать в них коллективно. Выездные и совместные конференции. Региональные программы развития образования – проявляйте активность, и Москва будет готова помочь, как научными работниками, так и подписями.
 - О конференциях - сайты:
 - <http://www.ruthenia.ru/> - анонсы конференций, особенно филологических, на ближайшие месяцы, информация о некоторых состоявшихся мероприятиях.
 - <http://community.livejournal.com/raschool/> - сайт «Русской Антропологической Школы» (РГГУ) с очень оперативным обновлением о ближайших конференциях и заседаниях научных семинаров.
 - <http://vestnik.rsuh.ru/> - сайт "Вестника гуманитарной науки" РГГУ, в том числе с разделами "Хроника" (научной жизни) и "Научные встречи".
 - <http://www.kon-ferenc.ru/> - новый и, кажется, довольно хороший портал.
 - Далее – только о Гуманитарных чтениях, потому что предполагается, что это такое регулирование научной жизни РГГУ, в котором должны найти свое место и филиалы. Зарезервировать неделю на рубеже марта и апреля для того, чтобы проводить мероприятия у себя, приезжать или присылать сотрудников и студентов для участия в мероприятиях на московских площадках.
-

Основные направления работы Гуманитарных чтений РГГУ - 2009

27 марта, пятница – Теория и методология гуманитарного знания

10.00. **1. Многообразие теорий в социальных и гуманитарных науках: проблемы единства, соизмеримости, взаимопереводимости и диалога.**

13.30. **1.а. Классическое гуманитарное знание – история и филология – в начале XXI века**

30 марта, понедельник – Россиеведение

10.00. **2. Россия и страны постсоветского зарубежья в начале XXI века: проблема общего наследия и динамика политического и культурного развития**

13.30. **2.а. Современная публичная коммуникация: медийный и политический аспекты**

31 марта, вторник – Общественные функции гуманитарных и социальных наук

10.00. **3. Гуманитарные проблемы развития малого предпринимательства в современной России**

13.30. **3.а. Опыт и проекты создания в РГГУ центров консультационных и экспертных услуг (психология, социология, юриспруденция, экономика, менеджмент)**

1 апреля, среда – Гуманитарное знание и образование

10.00. **4. Инновации в университетском образовательном процессе: обучение и социальные практики**

13.30. **4а. Технологии развития и контроля студенческих компетенций**

2 апреля, четверг

Конференция студентов, аспирантов и молодых ученых РГГУ

Учебная конференция магистрантов 2-ого года обучения РГГУ

16.00. **Закрытие чтений, пленарное заседание**

Подготовка к Гуманитарным чтениям РГГУ – 2009
- <http://www.gumchtenia.rggu.ru/section.html?id=4765>

Уже состоявшиеся подготовительные мероприятия -

<http://www.gumchtenia.rggu.ru/article.html?id=73116>

Пожалуйста, формулируйте свои предложения по локальным мероприятиям на срок Гуманитарных чтений и учитывайте планы московских чтений при планировании календаря научной работы – своего собственного и сотрудников и студентов своего филиала!

Контакты:

- Управление по координации вузовских проектов и программ РГГУ
 - тел.: (495) 250-66-41 ,
 - e-mail: uvp.rsuh@gmail.com
 - Координатор от УКВПП по подготовке Гуманитарных чтений
 - Перлов Аркадий Марксович, e-mail: aperlov@yandex.ru, тел.: (963) 694 42 93
-