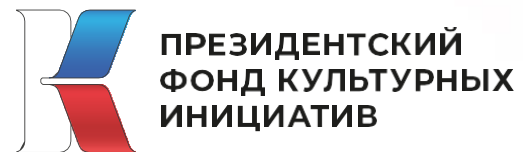


12 октября 2023



Планирование и оценка социального влияния творческих проектов

Кому и что дает оценка воздействия культуры?

Финансирующие субъекты

- операторы программ,
- административные органы,
- грантодающие фонды, меценаты,
- учредители культурных институций.



- оценка целесообразности и эффективности инвестиций,
- выбор приоритетов поддержки,
- баланс тем, жанров, направлений поддерживаемых проектов,
- оценка качества проектов,
- мониторинг трендов.

Организаторы проектов

- культурные институции,
- проектные команды,
- кураторы / художники.



- понимание связи целей и механизмов,
- ответственный подход к проектированию,
- оценка перспективности проекта,
- аргументированная коммуникация,
- мотивация повышения качества проектов.

Эксперты

- научно-исследовательское сообщество, профессиональные оценщики.



- объем данных для аналитики,
- профессиональные стандарты,
- тренды и контексты.

Аудитория

- потенциальные и реальные потребители.



- повышение уровня доверия,
- осознание изменений,
- позитивные ожидания.

Разнообразие подходов к оценке

Цели, ценности и
стратегия донора

Цели, ценности и стратегия
организаторов проекта

Цели, ценности и стратегия
исследователя/оценщика



Область влияния

Где наблюдаются
изменения? От здоровья
и благополучия до
экономики и развития
городской среды

Масштабы влияния

От изменений в жизни
отдельных людей и
сообществ до решения
задач на уровне региона
и страны

Темпоральные рамки

Как проявляется
воздействие
с течением времени?
Краткосрочные результаты
и долгосрочные
эффекты

В каких областях мы можем наблюдать комплексное воздействие?

- культурный ландшафт и эстетика,
- идентичность и память,
- заметность и репутация,
- обновление, основанное на наследии, и адаптация к современному использованию

- инклюзивная доступность,
- социальная согласованность,
- вовлечение и участие,
- качественное управление,
- партнерства и культурная кооперация

- защита от экологических рисков,
- защита от антропогенного воздействия,
- зеленый менеджмент и девелопмент среды,
- ресурсы и ресайклинг

- условия жизни,
- мир и безопасность,
- социальная жизнь,
- среда,
- региональное и локальное развитие

- образование,
- рост осознанности (ответственности),
- искусство и креативность,
- исследования,
- цифровизация, наука и технологии

- рабочие места (занятость),
- местное культурное производство,
- туристическая экономика,
- экономическая привлекательность,
- социальные инновации и предпринимательство



В каких областях мы можем наблюдать комплексное воздействие?

Культурный опыт



Здоровье и благополучие



Вовлечение и участие



Городская и территориальная реновация



- Познание (когнитивное)
- Поведение
- Восприятие
- Мотивация
- Благополучие
- Здоровье
- Широкие перспективы
- Социальная инклюзия
- Чувство идентичности
- Гражданское влияние
- Социальность
- Гордость за сообщество
- Гражданская вовлеченность
- Социальная связанность
- Культурное разнообразие
- Общественная безопасность
- Возможности трудоустройства
- Конкурентоспособность
- Развитие локальных бизнесов
- Предпринимательство
- Городская реновация
- Привлекательность

Как мы можем оценить качество проекта?

Приоритетные характеристики проектов:

- профессиональное качество,
- локальная идентичность,
- лояльность аудитории.

Темпоральные рамки:

- до события,
- после события.

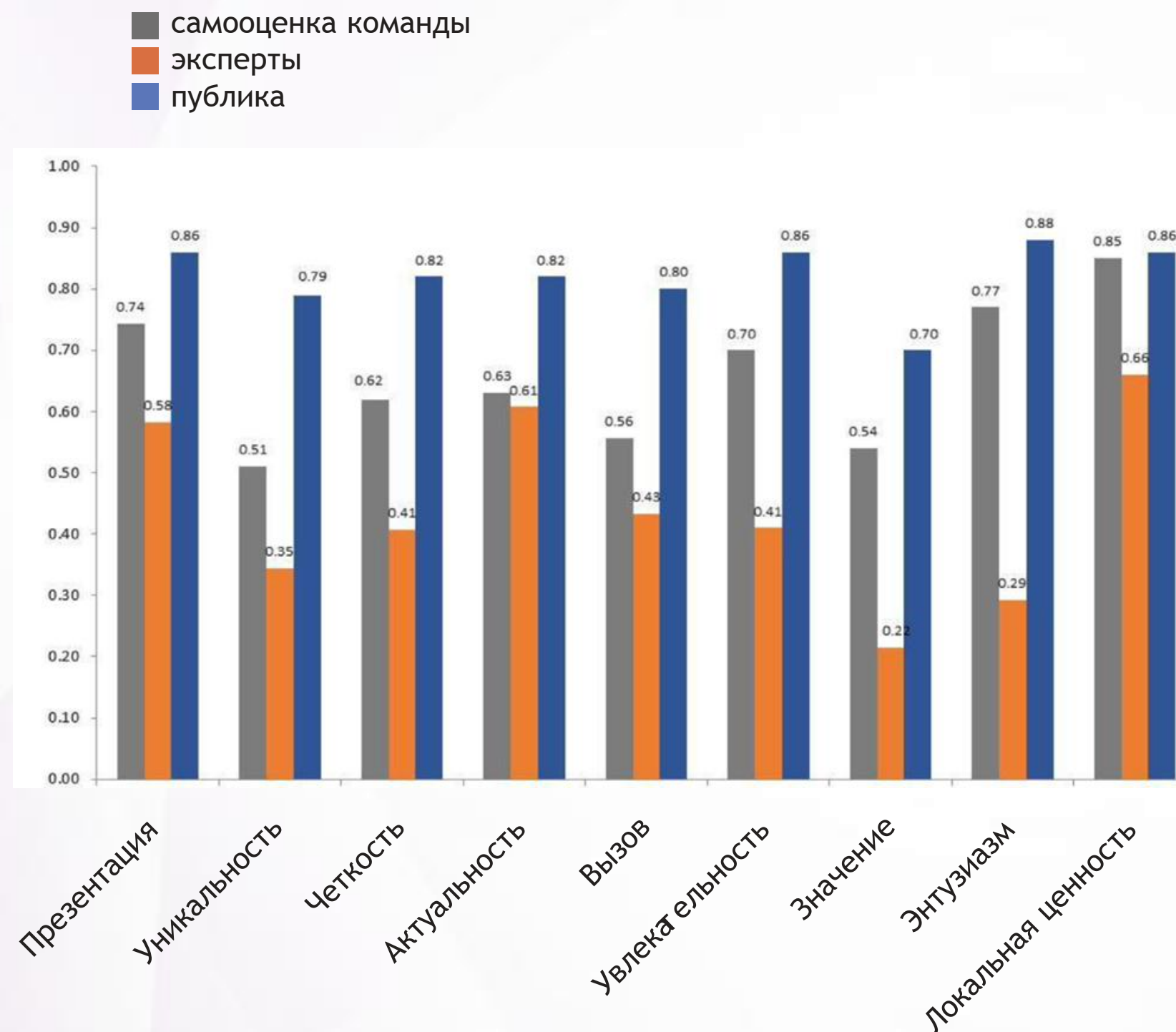
Респонденты:

- команда,
- эксперты,
- аудитория.

Показатели качества:

- Презентация,
- Уникальность,
- Четкость,
- Актуальность,
- Вызов,
- Увлечательность,
- Значение,
- Энтузиазм,
- Локальная ценность,
- Концепция,
- Риск,
- Оригинальность,
- Совершенство (национальное),
- Совершенство (глобальное)

Средние показатели оценки проекта (после события)



Основные вопросы для запуска оценки влияния проекта / программы

1 Определите желаемые эффекты

- A. Какова цель или миссия вашего проекта?
- B. Кто ощутит изменения?
- C. Какие изменения должны случиться?

2 Соберите данные

- A. Как мы можем измерить изменения простым и осмысленным способом?
- B. Какие креативные способы получения данных можно использовать?
- C. Как долго нужно собирать данные чтобы измерить изменения?
- D. Сколько данных необходимо?

3 Проанализируйте данные

- A. Достаточно ли качественны собранные данные?
- B. Как могут данные показать охват изменений?
- C. Показывают ли данные, что запланированные на старте изменения достигнуты?
- D. Как мы можем использовать данные ,чтобы рассказать и отчитаться о нашем вкладе?

4 Рефлексия

- A. Что мы узнали о влиянии и как можем применить эти знания?
- B. Как можно изменить / исправить программу, проект или событие?
- C. Какие процессы можно запустить, чтобы постоянно мониторить и улучшать влияние?

Логическая модель как основа для планирования и оценки творческих проектов

Конечные цели: что, как мы надеемся, изменится (для наших учредителей, сообщества или организации) в результате нашей работы?

Ресурсы
Какие люди, партнеры, средства, материалы, помещения потребуются для достижения целей?

Деятельность
Какие мероприятия, шаги и активности будут реализованы в ходе нашей программы?

Непосредственные результаты
Что производит наша программа?
Участники, распространенные материалы, вновь привлеченные участники, созданные произведения, гонорары художникам, собранные средства и т.д.

Социальные результаты
Что на самом деле изменилось для наших учредителей, сообщества или организации? Как это влияет на будущие цели?

Какие показатели или данные мы должны собирать в процессе работы?
Какие способы сбора данных мы будем использовать для мониторинга этих показателей?

Пример логической модели

Конечная цель: улучшить здоровье и благополучие резидентов Центра для пожилых людей через занятия танцем и креативным движением

Ресурсы

- Два танцора, прошедших тренинг
- План занятий по креативному движению (одобренный врачом Центра)
- Команда поддержки из числа медсестёр Центра
- Помещение (комната отдыха, забронированная на 3 раза в неделю на 3 месяца)
- Оплата танцорам (200 долларов одному ведущему-танцору за сессию)

Деятельность

- Планирование встреч с врачом и командой поддержки
- Продвижение программы среди пациентов, их семей и сотрудников Центра
- Проведение сессий танцорами (45 минут, 3 раза в неделю в течение 3 месяцев)
- Интервью с участниками
- Медицинское освидетельствование клиентов (до и после программы) сотрудниками Центра
- Интервью с персоналом

Непосредственные результаты

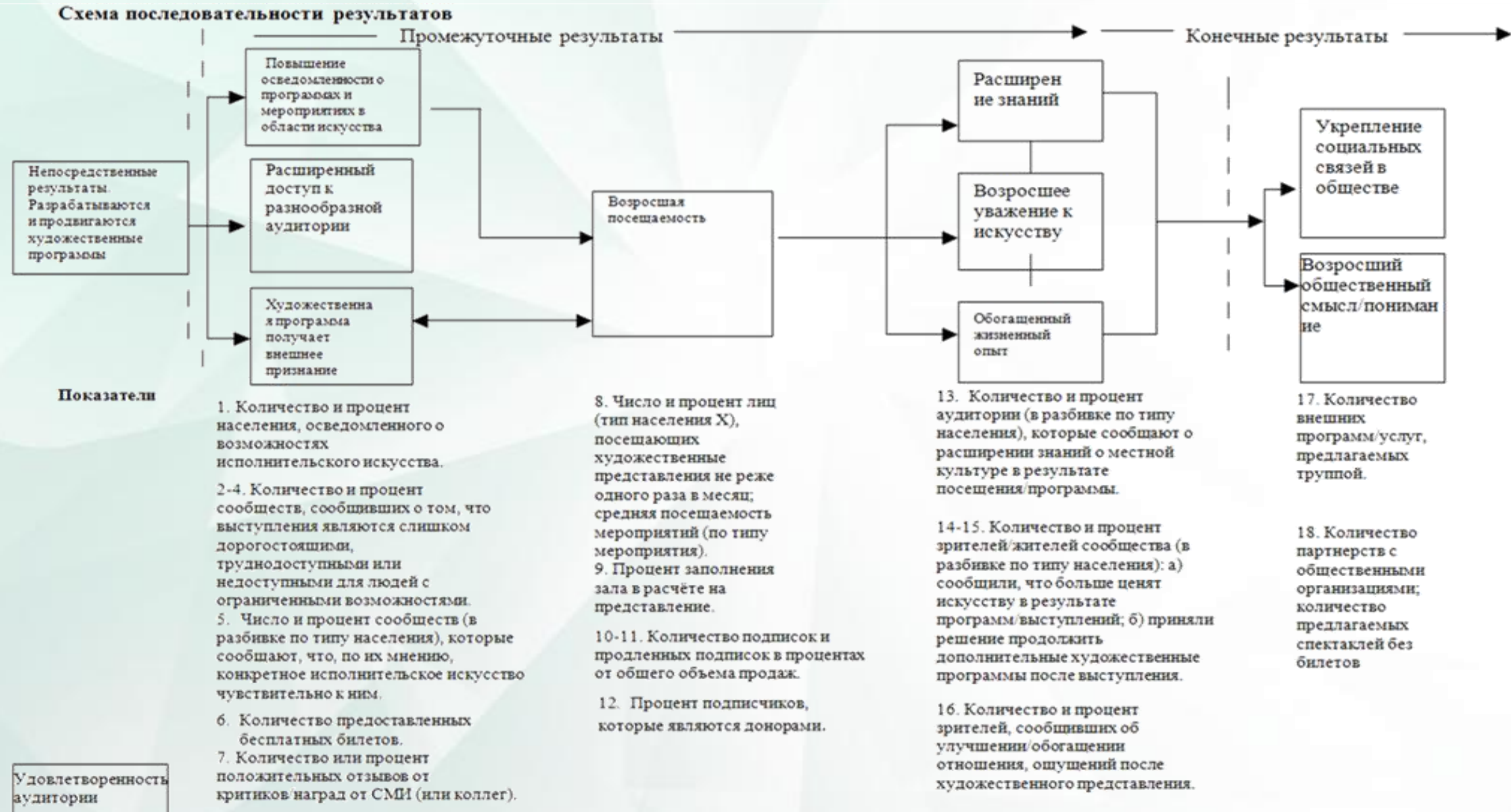
- клиенты активно участвуют на своем уровне возможностей
- Участники взаимодействуют друг с другом, ведущими и сотрудниками
- Участники говорят, что им нравится программа

Социальные результаты

- Участники демонстрируют позитивные изменения на физическом уровне (увеличение диапазона движений, лучшая циркуляция, улучшение аппетита, более спокойный сон)
- Персонал воспринимает участие как благоприятное для клиентов
- Танцоры-ведущие считают этот опыт благодарным

Описание программы исполнительских искусств

Чтобы повысить понимание важности искусства и укрепить социальные связи в сообществе, эти организации предоставляют либо коллективные, либо специальные программы исполнительского искусства в области музыки, театра и танца. Эта программная область включает в себя как институциональную, так и социальную ценность. Эта программная область не включает художественное образование или изобразительное искусство.



Удовлетворенность услугами программы - это результат, который прокатается почти в каждой области программы, но не обязательно имеет последовательное размещение. Показателем может быть: процент аудитории (в разбивке по типу населения), сообщившей, что она очень

	Социальный результат программы	Показатель	Способ сбора данных
1	Повышенная осведомленность о арт-программах и активностях	Количество людей и процент сообщества, осведомленного о конкретных возможностях исполнительского искусства.	Опрос граждан
2	Расширенный доступ к разнообразной аудитории	Количество людей и процент сообщества, сообщающих о том, что выступления обходятся слишком дорого.	Опрос аудитории после выступления
3	Расширенный доступ к разнообразной аудитории	Количество людей и процент сообщества, сообщающие о том, что выступления слишком труднодоступны.	Опрос граждан
4	Расширенный доступ к разнообразной аудитории	Количество людей и процент сообщества, сообщающие о том, что спектакли недоступны для людей с ограниченными возможностями.	Опрос граждан
5	Расширенный доступ к разнообразной аудитории	Кол-во людей и процент сообщества (в разбивке по типу населения), которые сообщают, что, по их мнению, конкретное исполнительское искусство чувствительно к их культуре.	Опрос граждан
6	Расширенный доступ к разнообразной аудитории	Количество предоставленных бесплатных билетов.	Обзоры, публикации в прессе и других СМИ/ записи с места проведения
7	Получение внешнего признания	Количество и процент положительных отзывов критиков/наград, полученных от СМИ (или коллег).	Обзоры, публикации в прессе и других СМИ/ записи с места проведения
8	Увеличенная посещаемость	Количество и процент лиц (тип населения X), посещающих художественные представления не реже одного раза в месяц; и/или средняя посещаемость мероприятий (в зависимости от типа мероприятия).	Опрос граждан/аудитории/ количество корешков билетов
9	Увеличение посещаемости	Процент заполнения зала в расчёте на представление.	Количество корешков билетов
10	Увеличение посещаемости	Количество подписок (сезонных, серийных или годовых)	Опрос клиентов/аудитории
11	Увеличение посещаемости	Количество и процент продленных подписок в процентах от общего объема продаж	Опрос клиентов/аудитории
12	Увеличение посещаемости	Процент подписчиков, которые являются донорами	Организационные документы

	Социальный результат программы	Показатель	Способ сбора данных
13	Расширение знаний	Количество и процент аудитории (в разбивке по типу населения), которые сообщают о расширении знаний о местной культуре в результате посещения представления / программы.	Опрос аудитории после выступления
14	Возросшее уважение к искусству	Количество и процент зрителей/жителей сообщества (в разбивке по типу населения), сообщивших о том, что искусство стало более значимым для них в результате программ/выступлений.	Опрос аудитории после выступления / опрос граждан
15	Возросшее уважение к искусству	Количество людей и процент аудитории (тип населения X), решивших после выступления заняться дополнительными художественными программами	Опрос аудитории после выступления
16	Обогащенный жизненный опыт	Количество людей и процент зрителей, сообщивших об улучшении отношения, обогащении ощущений после художественного представления	Опрос аудитории после выступления
17	Укрепление социальных связей в сообществе	Количество внешних программ/услуг, предлагаемых труппой	Опрос местных жителей
18	Возросшее значение/понимание сообщества	Количество партнерств с общественными организациями; количество выступлений без билетов	Организационные документы
19	Удовлетворенность аудитории	Процент аудитории (в разбивке по типам населения), сообщившей, что она очень довольна своим опытом в области исполнительского искусства	



ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОЗМОЖНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ/ ПОКАЗАТЕЛЕЙ/МЕТОДОВ СБОРА ДАННЫХ

Проект "Искусство
и душа
Старксборо" -
проект Фонда
семьи Ортон



Желаемые результаты /ценности	Показатели	Потенциальные методы сбора данных				
		Опрос Ортон	Фокус- группы	Анализ записей	Интервью	Случайные наблюдения
Проект/процесс "Искусство и душа", рассматриваемый членами сообщества как ценный	Увеличение числа участников различных мероприятий, включая повторное участие и расширение ("снежный ком") участия			X		
	Избранные и назначенные должностные лица публично одобряют проект и его ценность и участвуют в мероприятиях	X				
	Долгосрочные резиденты считают, что проект четко обозначил ценности, которые для них важны		X		X	
	Постоянные жители и новички признают сходство в своих взглядах на сообщество, увиденное через истории / художественный "продукт"		X		X	
	Отдельные лица видят потенциальное "применение" аналогичных процессов к другим возможностям/проблемам сообщества				Интервью с лидерами	X
	Процесс покрывает полный спектр вопросов землепользования/вопросы планирования в сообществе			X		X
"Продукт" художника в рамках проекта, который он разрабатывает в резиденции, имеет значимость / становится значимым для жителей сообщества	Члены сообщества выражают гордость за "продукт"		X		X	X
	"Продукт" идентифицируется как часть общественных активов/упоминается как городской ресурс					X
	"Продукт" используется в качестве пробного камня в разговорах, связанных с землепользованием и/или проблемами сообщества					X
	Все больше местных художников вовлекаются в работу с сообществом / планирование сообщества					X
	Лидеры сообществ делают выводы, связывающие искусство / дух продукта / процесс с достигнутыми общественными решениями или прогрессом в их достижении				Интервью с лидерами	
	Связь между "продуктом" и вопросами землепользования/планирования очевидна	X				X

Креативные способы получения ОТЗЫВОВ ОТ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

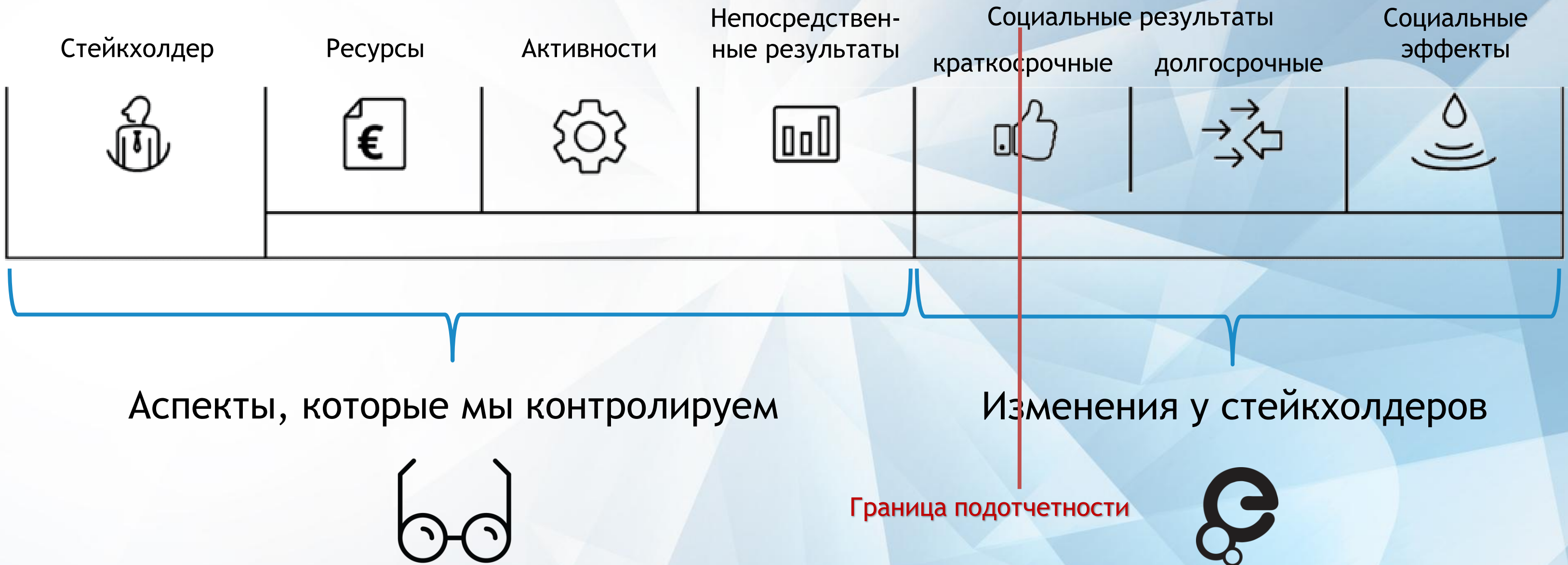
СДЕЛАЙТЕ СВОЙ СБОР ДАННЫХ ЧАСТЬЮ ВЫСТАВКИ

	<p>ФОТОБУДКИ/СЕЛФИ-СТАНЦИИ</p> <p>Попросите посетителей делать селфи с бумажными табличками с подсказками, такими как “Я узнал...” или “Я люблю этот музей, потому что...” Участники оставляют после себя таблички, которые служат для вас информацией! Вы также можете побудить участников делиться своими ответами друг с другом в режиме реального времени, попросив их прикрепить свой бумажный плакат к стене и / или опубликовать свою фотографию в социальных сетях с установленным хэштегом. Обеспечьте фон и реквизит, которые гармонируют с экспозицией, чтобы создать полностью интегрированное ощущение!</p>
	<p>СТЕНЫ ДЛЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ</p> <p>Попросите посетителей написать ответ на ваш вопрос на стикере или карточке и прикрепить их на стену. Оформите стену в соответствии с экспозицией, чтобы посетители понимали взаимосвязь. Используйте подсказки, они могут содержать краткие ответы (например, “Что вам больше всего понравилось на сегодняшней выставке?”) или пространные ответы (“Поделитесь своими воспоминаниями о том, как вы впервые посетили этот парк”). Этот метод позволяет посетителям давать комментарии, когда впечатления еще свежи, и видеть отклики других.</p>





ОБЩАЙТЕСЬ С ПОСЕТИТЕЛЯМИ ПО ПУТИ К ВЫХОДУ

	<p>ЖЕТОНЫ ДЛЯ ОПРОСОВ/ЦИФРОВЫЕ СЕРВИСЫ</p> <p>Когда посетители будут уходить, дайте каждому по жетону, бусинке, конструктору Lego или другому небольшому предмету. Предложите им поместить жетон в банку, которая наилучшим образом отражает их реакцию. Банки будут стоять на столе у выхода, и на них будет четко обозначен ответ, который они представляют.</p>
	<p>КОРОТКИЕ ОПРОСЫ НА ВЫХОДЕ</p> <p>На опросах на выходе получают краткие, открытые отзывы от самых разных участников. Участники проходят опрос один на один при выходе с выставки, парка или здания. Опросы проходят быстро и там, где уже находятся посетители, что позволяет легко получить информацию от самых разных участников.</p>

Цепочка результатов



Кейс

-  Небольшая библиотека расположена в небольшом городе - сателлите города-миллионника или мегаполиса. Она выполняет роль муниципальной библиотеки, но на самом деле административно подчиняется большому закрытому научному институту, который долгое время был градообразующим предприятием.
-  В настоящий момент город развивается в сторону привлечения технологичных бизнесов - открыт технопарк. Это привлекает новых жителей, строятся новые микрорайоны - отдельно от исторического ядра города.
-  Библиотека давно работает как место для общения детей и пожилых людей, однако сейчас хочет взять на себя новые функции и расширить предложение для молодежи и взрослых жителей города. Пространство библиотеки небольшое, стандартная постройка середины 80-х годов.
-  В городе есть художественные и театральные студии, однако все они работают только на детскую аудиторию.
-  Библиотека инициирует и проводит фестиваль городских экскурсий, в которых роль экскурсоводов смогут взять на себя не профессионалы, а разные жители города. Библиотека приглашает к участию подростков, бывшего главного архитектора города (65+), режиссера/актера местного театра, учителя, нескольких ученых, которые работают в институте и приехали в город из разных регионов большое 10 лет назад. Также объявляется опен-колл для других жителей, которые хотят стать экскурсоводами на этом фестивале и рассказать свои истории о городе. Все участники проходят тренинги, с профессиональными гидами составляют точные маршруты и репетируют. Планируется съемка экскурсий и выкладывание их в соцсети или на лендинге библиотеки. В рамках фестиваля планируется и выставка фотографий города и горожан, сделанных в ходе экскурсий.
-  Потенциальный донор Фестиваля - Технопарк, недавно открытый в городе.

ПЛАН ОЦЕНКИ

Выбранные социальные результаты	Индикаторы <ul style="list-style-type: none">• Как вы узнаете, что социальный результат достигнут• Что вы хотите увидеть, услышать, понять и пр., чтобы предоставить свидетельства достижения результатов?	Метод сбора данных <ol style="list-style-type: none">1. Наблюдения2. Опросы3. Анализ документации4. Использование специального измерительного оборудования5. Письменные отзывы	Комментарии

ЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ

Ресурсы (Inputs)	Непосредственный результат (Outputs)		Социальный результат – Социальный эффект (Outcomes – Impact)		
	Деятельность	Участие	В коротком периоде	В среднем периоде	В долгосрочном периоде

Благодарю
за внимание



ПРЕЗИДЕНТСКИЙ
ФОНД КУЛЬТУРНЫХ
ИНИЦИАТИВ

