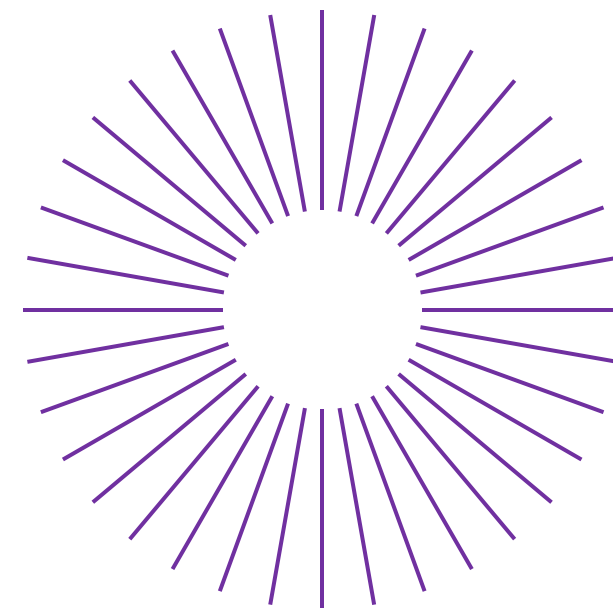


# Яркие краски креативных индустрий

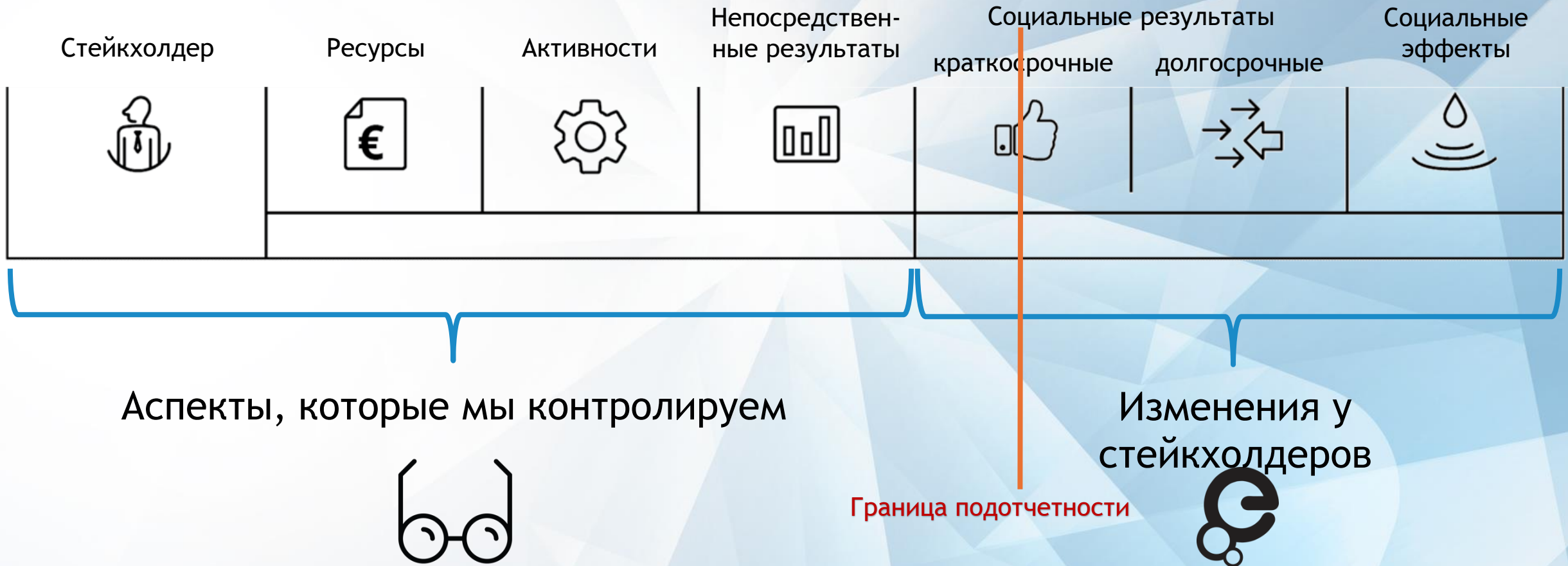
Креативная площадка, предлагающая к обсуждению новые подходы к оценке творческих проектов, над которыми будут работать профессиональные эксперты, представители регионов, деятели культуры и креативных индустрий, а также участники успешно реализованных программ

Срок реализации проекта

**1.07.2023-30.06.2024**



# Цепочка результатов





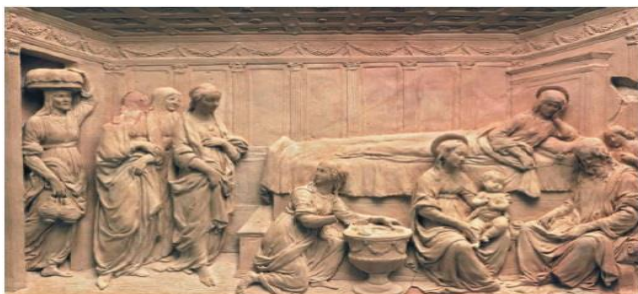
## Практический кейс: Оценка влияния выставки «At home in Renaissance» (Италия)

*Группа из 40 посетителей выставки и 15 участников конференции была проинтервьюирована на тему того, что они нашли для себя / что стало для них наиболее запоминающимся для их опыта (основная часть кейса – цитаты участников, на основе которых исследователи сделали соответствующие выводы)*

- Основная экспозиция выставки – работы из музея «Виктории и Альберта» - предметы быта эпохи Ренессанса были встроены в современный контекст итальянского дома;
- Срок подготовки выставки 7 –лет (обычно 3 года)
- В команду по подготовке выставки вошло более 180 представителей
- Выставка включала в себя различные дополнительные мероприятия

## Выявленные в результате исследования факторы общественного влияния

**Стимулирование творчества** – использование инновационных форм демонстрации музейных экспонатов, что позволяет посетителям думать об артефактах, воспринимать их в ином качестве (дизайн, искусство, мода, ремесла и другие творческие сферы - 8% участников исследования);



**Стимулирование долгосрочного обучения** – представление сложных и многогранных значений эпохи Ренессанса, что создает основу для инновационной обучающей среды (развитие мышления, а не только познание содержания);



**Углубление социальной идентичности** – демонстрация многообразия современных практик и профессий, которые были созданы в эпоху Ренессанса и представления, каким образом они сопоставляются с текущими реалиями и перспективами;



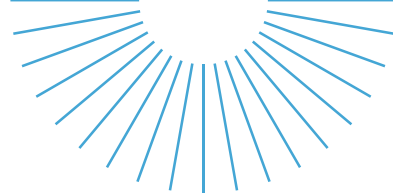
**Укрепление социальной сплоченности** – демонстрация материальных объектов, которые способствуют созданию общего понимания и поведения и укреплению социальных отношений (связей).



# Логическая модель проекта

Данная модель является визуальным представлением проекта «At home in Renaissance» и показывает скрытые или явные предположения, создавая связь между целями и средствами





**Какие показатели помогают нам  
увидеть / оценить результаты влияния?**



**Результат** – изменение, которое изначально запланировано (бывает и нет) , происходит **благодаря программе**, поддается описанию.

**Показатель (критерий, индикатор)** – конкретная (часто – числовая) мера, выраженная в соответствующих единицах измерения, и показывающая, каков прогресс на пути достижения результата, или достигнут ли результат в целом.

*Примеры:*

*Услуга оказана - **число оказанных услуг**; число получивших услугу;*

*Создано сообщество приемных семей - Какой показатель (и)?*

- **Название показателя** обычно начинается **со слов «число», «процент», «отношение», «частота», «доля» и т.п.**
- Формулировка названия показателя должна быть конкретна.  
*«Процент клиентов, прошедших программу за отчетный период»*
- Формулировка показателя во многом зависит от источников информации и процедур сбора данных.  
*Если опрос - «%клиентов, отметивших удовлетворенность». Если административная отчетность «%заявок, по которым был просрочен срок исполнения»*

# Пример. Результаты и показатели



ЯРКИЕ КРАСКИ  
КРЕАТИВНЫХ  
ИНДУСТРИЙ

Область влияния	Результат	Показатель
Доступность для пользователей / посетителей	Гостеприимный вход	Доступность информации о площадке
		Часы работы, удобные для пользователей
		Гостеприимство персонала
	Экономическая и социальная доступность	Свободный или недорогой вход
		Наличие социо-культурных медиаторов в штате
		Количество активностей с переводом на другие языки
	Когнитивная доступность с разными предпочтениями получения информации	Сайт адаптирован под запросы пользователей разного типа (разовые посетители, профессионалы, лояльная аудитория)
		Наличие навигации с пиктограммами
		Количество активностей с аудио-сопровождением
Количество активностей с субтитрами		
Продвижение культурной площадки	Репутация	Количество коллабораций с инфлюенсерами
		Медиа-охват
		Позиция и репутация среди заинтересованных сторон



	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	

# Логическая модель для целевой группы – профессиональное сообщество



ЯРКИЕ КРАСКИ  
КРЕАТИВНЫХ  
ИНДУСТРИЙ

Благополучатели	Деятельность	Непосредственный результат	Показатели	Социальные результаты				
				Краткосрочный результат	Показатели	Среднесрочный результат	Показатели	Социальный эффект
Профессиональное сообщество (творческое, краеведческое и литературное сообщество Таганрога)	Регулярное участие в событиях профессиональной программы Фестиваля	Литераторы, историки, краеведы, библиотекари и т.д. Таганрога получили возможность развития профессиональных навыков за счет общения с экспертами высокого уровня	Количество творческих профессионалов Таганрога, принявших участие в профессиональной программе	Повышение знаний и актуализация представления о современной культурной, образовательной, литературной повестках России	Количество профессионалов, включивших знания, полученные на Фестивале, в свою профессиональную практику	Творческое сообщество Таганрога получило мотивацию к саморазвитию и дальнейшему повышению профессиональных компетенций	Количество профессионалов, предпринявших шаги для дальнейшего профессионального развития	Повышение компетенций профессионального сообщества Таганрога
		Творческие профессионалы Таганрога получили возможность развития профессиональных связей за пределами родного региона		Расширение возможностей творческих профессионалов Таганрога по развитию собственных проектов, исследований и т.д.		Количество творческих профессионалов Таганрога, наладивших личные профессиональные контакты с приглашенными участниками Фестиваля		
	Проведение культурных событий новых форматов в рамках Фестиваля	Расширение разнообразия и актуализация форматов культурных событий	Количество событий нового типа, представленных в рамках Фестиваля	Расширение инструментария культурной и просветительской деятельности в городе	Количество творческих профессионалов Таганрога, заинтересовавшихся новыми форматами событий	Расширение пользовательского и культурного опыта жителей Таганрога за счет участия в событиях различных форматов	Количество событий новых форматов, включенных после Фестиваля в деятельность таганрогских учреждений культуры, просветительских центров и местных инициатив	Развитие деятельности культурных и просветительских институций в Таганроге

# Пример. Результаты и показатели для результатов разного уровня

## Проект «Дмитрий Хворостовский. Начало»



Целевая группа	Деятельность / активности	Непосредственные результаты	Показатели	Социокультурные результаты				
				Краткосрочные	Показатели	Среднесрочные	Показатели	Долгосрочные
Все целевые группы	Создание мобильной оперы- прогулки «Дмитрий Хворостовский. Начало.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Сохранение исторической памяти о Дмитрие Хворостовском</li> <li>- Созданный продукт обладает художественными качествами/ художественной ценностью</li> <li>- Мобильная опера-прогулка размещена в приложении «Мобильный художественный театр» и на сайте организации.</li> <li>- Потенциальные посетители узнали о мобильной опере-прогулке и проявили к ней интерес</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Число публикаций в социальных сетях и СМИ.</li> <li>- Число посетителей страниц с информацией о мобильной опере-прогулке.</li> <li>- Общее число посетителей мобильной оперы-прогулки, в т. ч. число скачиваний в приложении МХТ. число прослушиваний на сайте организации</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Посетители мобильной оперы – прогулки получили эстетическое удовольствие</li> <li>- Посетители мобильной оперы – прогулки вдохновились примером, идеей</li> <li>- Посетители мобильной оперы – прогулки получили новые культурно-исторические знания</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Число посетителей, отметивших в обратной связи получение эстетического удовольствия.</li> <li>- Число посетителей, отметивших в обратной связи получение культурно исторических знаний.</li> <li>- Число посетителей, отметивших в обратной связи свои планы или мысли, возникшие в результате посещения мобильной оперы прогулки.</li> <li>- Число позитивных отзывов о мобильной опере-прогулке, в т. ч. размещенных в открытом доступе</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Позитивное изменение образа жизни и ценностей</li> <li>- Повышение гордости за свой регион и страну</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Число посетителей, отметивших при отсроченном сборе обратной связи влияние посещения мобильной оперы -прогулки на изменения образа жизни и ценностей.</li> <li>- Число посетителей, отметивших в обратной связи чувство гордости за свою страну, свой регион</li> </ul>	Улучшение в обществе отношения к культуре и историческому наследию



# Логическая модель для всех целевой группы молодых металлургов



Целевая группа	Деятельность/ активности	Непосредственные результаты	Показатели	Социальные результаты				
				Краткосрочные	Показатели	Среднесрочные	Показатели	Долгосрочные
Молодые специалисты – металлурги и из Первоуральска и других городов Свердловской и Челябинской областей	Проведение молодежного фестиваля «Стихия металла»	<ul style="list-style-type: none"> <li>Молодые металлурги приняли участие в активностях фестиваля (соревнования / интеллектуальная игра; сплав)</li> <li>Молодые металлурги приняли участие в тренингах по социальному проектированию</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Общее количество участников фестиваля,</li> <li>В т.ч. принявших участие в тренингах по социальному проектированию</li> <li>Число публикаций в социальных сетях и СМИ (включая посты с отзывами участников)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Молодые металлурги познакомились с возможностями культурного досуга в городе</li> <li>Молодые металлурги освоили навыки социального проектирования</li> <li><b>Молодые металлурги разработали квест и экскурсию по городу (продукт)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Количество (доля) участников проекта, которые в обратной связи оценивают проект как актуальный и полезный</li> <li>Количество (доля) участников проекта, которые отмечают прирост навыков</li> <li>Количество (доля) наставников проекта, которые отмечают прирост навыков у участников</li> </ul>	<p>Сформировано экспертное сообщество металлургов, заинтересованных в благоустройстве города</p> <p>Молодые металлурги ощутили свой вклад в развитие города</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Количество (доля) участников проекта, которые поддерживают общение в сообществе</li> <li>Количество (доля) участников проекта, которые могут сформулировать свой вклад в развитие города на этапе проекта / после окончания проекта</li> <li>Количество (доля) наставников проекта, которые рассказывают о вкладе участников</li> </ul>	У молодых металлургов повысилась мотивация к участию в культурных проектах в качестве (со)авторов



# Методы сбора данных



## 1 Опросы и анкетирование

- A. Опросы стейкхолдеров и экспертов
- B. Опросы посетителей
- C. Опросы команды

Непосредственно на площадке события, онлайн, в приложении проекта

## 3 Наблюдение

- A. Включенное наблюдение
- B. Тепловая карта площадки
- C. Визуализация мнений и рефлексия

## 2 Сбор цифровых данных

- A. Обратная связь (рассылки, формы обратной связи),
- B. Количество и типы упоминаний в соцсетях (пользовательский контент),
- C. Публикации
- D. Статистика (по разным областям влияния) через приложения, CRM...

## 4 Интервью / воркшопы

- A. Организаторы проекта (команда и приглашенные акторы)
- B. Стейкхолдеры из областей, в которых ожидаются изменения
- C. Аудитория проекта (посетители)
- D. Эксперты

# Методы сбора данных (выдержка из примеры)



ЯРКИЕ КРАСКИ  
КРЕАТИВНЫХ  
ИНДУСТРИЙ

Социокультурный результат		Способ сбора данных
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
<b>Возросшее уважение к искусству</b>	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
Возросшее уважение к искусству	Количество людей и процент аудитории (тип населения X), решивших после выступления заняться дополнительными художественными программами	Опрос аудитории после выступления
Обогащенный жизненный опыт	<b>Количество людей и процент зрителей, сообщивших об улучшении отношения, обогащении ощущений после художественного представления</b>	Опрос аудитории после выступления
Укрепление социальных связей в сообществе	Количество внешних программ/услуг, предлагаемых труппой	Опрос местных жителей
Возросшее значение/понимание сообщества	Количество партнерств с общественными организациями; количество выступлений без билетов	Организационные документы
Удовлетворенность аудитории	Процент аудитории (в разбивке по типам населения), сообщившей, что она очень довольна своим опытом в области исполнительского искусства	Опрос аудитории после выступления

# Вовлечение аудитории в обсуждение влияния культуры



# Цифровые инструменты и поддержка



- Печатные и интерактивные гайдлайны и пошаговые инструкции для проведения оценки
- Банки исследований и статей по теме
- Открытые статистические данные (EU)
- Инструменты контекстного и семантического поиска



## Culture Counts Evaluation Platform

Collect the right data



## Strategic Alignment

Know what to measure



## Economic Impact Assessment

Quantify your value



## Online Insights Report

Share your results



## Public Libraries Evaluation Network

Realise your value



**CultureCounts**





ЯРКИЕ КРАСКИ  
КРЕАТИВНЫХ  
ИНДУСТРИЙ

# Благодарим за внимание!

