

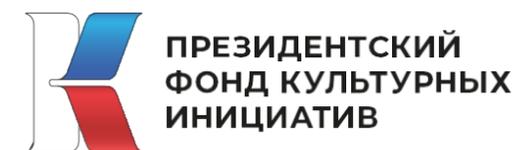
IX Конференция Ассоциации специалистов по
оценке программ и проектов в социальной сфере



18 октября 2023

Оценка социального влияния проектов в сфере культуры

Подходы и международный опыт



Рамки исследования

Задачи:

- Собрать варианты типологий социального влияния (результатов и эффектов) от реализации проектов культуры, искусства и креативных индустрий (сделано)
- Проанализировать подходы к оценке социальных результатов и эффектов, сложности и ограничения (частично)
- Определить различные перспективные практики (частично)
- Подготовить рекомендации по применению зарубежного опыта в России с учетом запросов разных акторов (в дальнейшем)

В фокусе исследования были результаты социального воздействия проектов:

- организованных индивидуальными культурными акторами и культурными институциями,
- поддержанных НКО, частными фондами, государственными и международными органами,
- в области культуры (в т.ч. наследия), искусства, креативных индустрий

Срок: август – сентябрь

Что вошло в исследование?

20

Теоретических статей и обзоров на тему социального влияния культуры (1997 - 2021)

Manchester Metrics



15

Описаний программ и моделей оценки разного масштаба:

- локальные,
- региональные
- национальные,
- международные,
- специализированные

COUNTING
WHAT
COUNTS.

Outcome
Measurement
Guidebook

Culture
Counts

10

Пошаговых руководств по сбору и оценке данных (гайды, банки результатов, показателей, инструментов)



География: Европейский союз, Австралия, США, Великобритания, Ирландия

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
оценщика

Области 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
/ страны.

Темпоральные рамки

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

Подходы к выбору фокусов оценки

1

Оценка проекта в процессе реализации

- A. Какие есть предварительные исследования ситуации (социальной, экологической...)?
- B. Как можно учесть контексты и параллельные процессы,
- C. Какие встречные эффекты надо предусмотреть?

2

Оценка непосредственных результатов

- A. Какие результаты показательны для проекта - посещаемость, вовлеченность, медийный охват, количество произведений?
- B. Какие непосредственные результаты влияния проекта можно исследовать - эмоции, информированность, вовлечение?

3

Оценка качества

- A. Какие качественные характеристики показательны для проекта?
- B. Как организаторы, эксперты и публика могут оценить качественные характеристики?
- C. Какие характеристики критичны для проекта?

4

Оценка эффектов

- A. В каких областях возможно и целесообразно оценивать влияние?
- B. Каков масштаб влияния и изменений?
- C. Насколько возможно проследить долгосрочное влияние?

Различные уровни влияния

1

Эмоциональный отклик

- А. Культура позволяет получить опыт переживания и рефлексии проблемы
- В. Культура дает интуитивный опыт и может обучать посредством эмоциональной связи

2

Изменение отношения

- А. Культура подтверждает (валидирует) проблему и/или ценности
- В. Культура расширяет представления о возможных вариантах мышления, поведения, точках зрения
- С. Культура позволяет апробировать «идеальное»/ желаемое будущее

3

Изменение поведения

- А. Культура позволяет безопасно опробовать новые паттерны поведения, роли,
- В. Культура позволяет расширить опыт коммуникации,
- С. Культура дает доступ к новым горизонтальным связям

4

Изменение среды

- А. Создание возможностей для появления и развития инициатив и новых проектов (генеративность)
- В. Создание условий для развития инклюзивного гражданского общества

Области влияния. На уровне человека

ЦЕННОСТИ:

идеалы, принципы, моральные установки, личностные, коллективные и общественные этические принципы принятия решения и действия

ОТНОШЕНИЕ:

чувства, точки зрения или позиция относительно гражданских и социальных проблем и возможностей

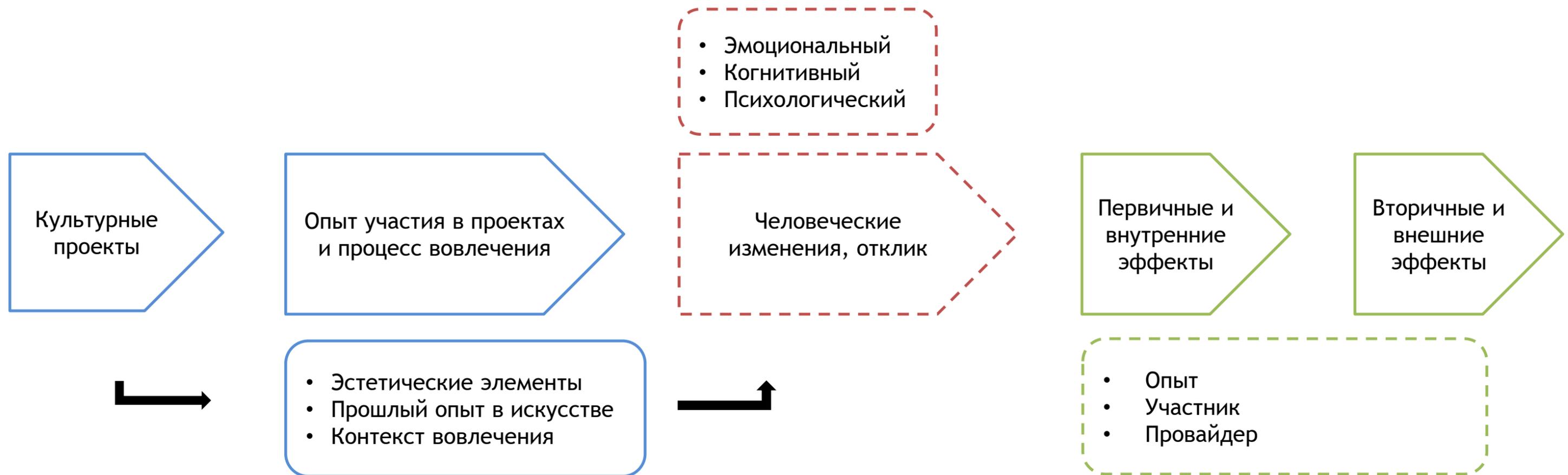
ОЖИДАНИЯ:

надежды, мечты или видение возможностей или направлений социальных изменений

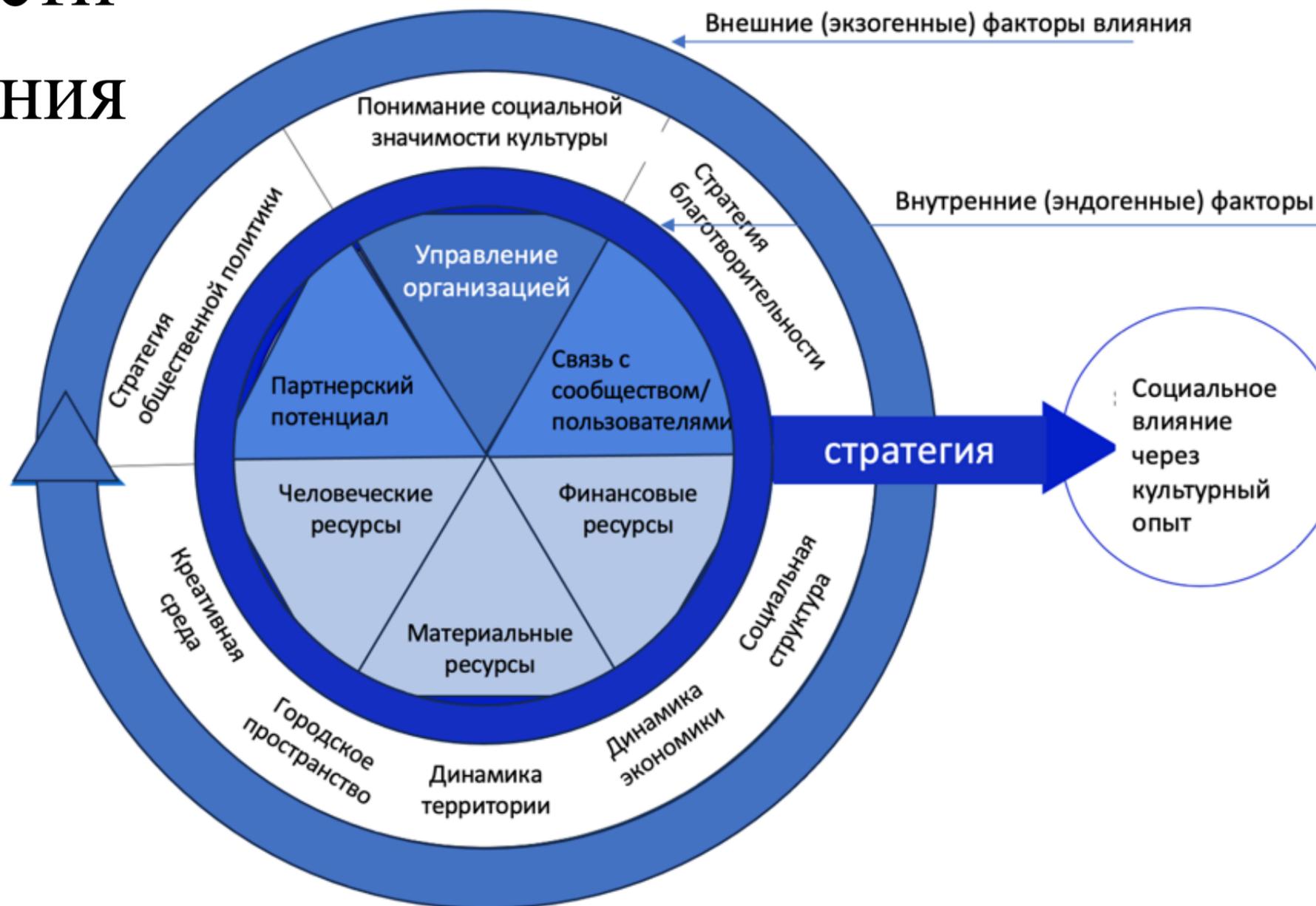
МОТИВАЦИЯ:

потребности, желания, энтузиазм, вдохновение, стимулы или импульсы, побуждающие к действию

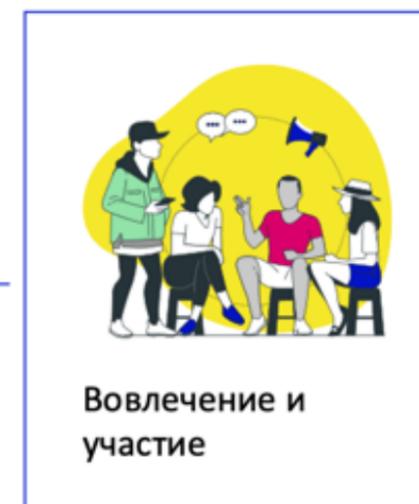
Общая цепочка индивидуальных социальных изменений



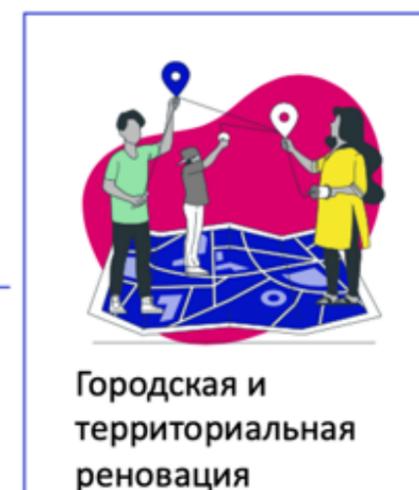
Факторы и области влияния



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

Области Влияния и результаты

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

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

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

Социальный капитал
и управление

Локальная
идентичность

Качество жизни

Образование,
креативность и
инновации

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

Защита

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

Занятость и
процветание

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

Цепочки результатов: Искусство для социального капитала



Качество проекта

Темпоральные рамки:

- до события,
- после события.

Респонденты:

- команда,
- эксперты,
- аудитория.

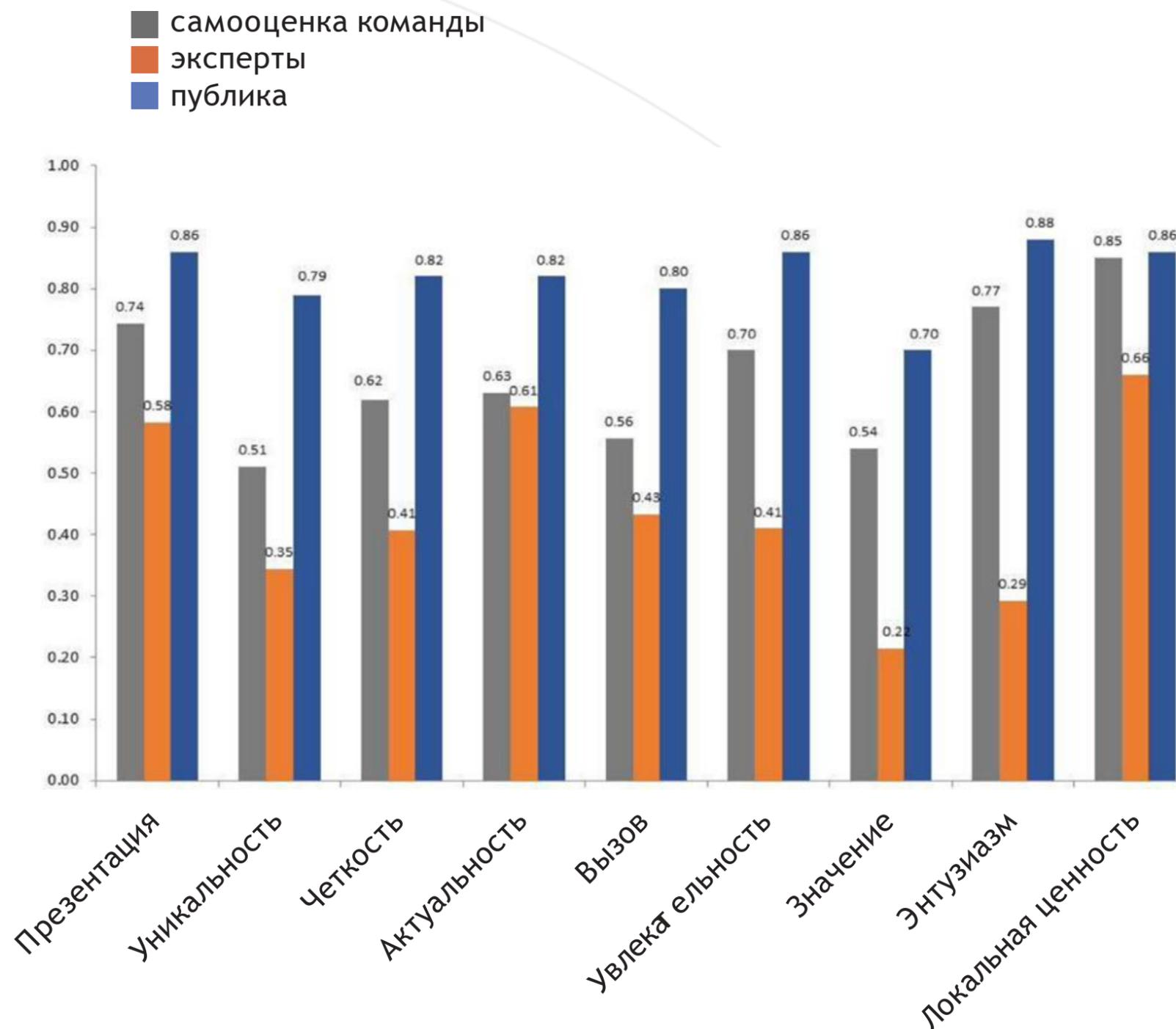
Показатели качества:

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

Приоритетные характеристики проектов:

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

Средние показатели оценки проекта (после события)



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

2

Интервью / воркшопы

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

3

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

Наблюдение

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

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

	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	

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>

Продолжение следует



ПРЕЗИДЕНТСКИЙ
ФОНД КУЛЬТУРНЫХ
ИНИЦИАТИВ

