



ЯРКИЕ КРАСКИ
КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЙ



АРТЕЛИОС
Агентство креативных индустрий



ПРЕЗИДЕНТСКИЙ
ФОНД КУЛЬТУРНЫХ
ИНИЦИАТИВ

© АНО «Эволюция и филантропия»
<https://socialvalue.ru>

ПРОЕКТ ЯККИ

Форум «Яркие краски креативных индустрий»

План оценки проекта:

Фестиваль паблик-арт «ЧО» (Екатеринбург)

1. Описание объекта оценки и его границ, в т.ч за какой период будет проводиться оценка

Приложения – Дерево результатов (см. приложение 1), ЛМП (см. приложение 2).

Важно отметить, что дерево результатов и логическая модель проекта шире значительно проведенного оценочного исследования и содержат весь перечень результатов, активностей и показателей, которые применимы к Фестивалю. В фокусе оценки отражена лишь их часть.

Фестиваль паблик-арта «ЧО» (публичная программа), три сезона 2021-2023 гг.

Паблик-арт Фестиваль «ЧО» (паблик-арт программа «ЧО») проходит в Екатеринбурге ежегодно, начиная с 2021 года. Он организован ООО «Атомстройкомплекс» (грантополучатель ИП Харисов Никита Борисович).

В рамках Фестиваля развивается система форматов и продуктов, поддерживающих друг друга - одни из них более массовые (кинопоказы, презентации, лекции, выставки), другие - больше ориентированные на индивидуальную работу с посетителями как, например, мастер-классы или экскурсии. Наиболее сложным является формат Школы паблик-арта, в рамках которого горожане получают опыт реального создания проектов и арт-объектов для своего города, понимают особенности творческого метода и т.д. В рамках Фестиваля ежегодно устанавливаются паблик-арт объекты в разных локациях (преимущественно – в периферийных районах города, требующих осмысления). Каждый год Фестиваль приглашает нового куратора и художников – преимущественно из Уральского региона. При выборе темы года кураторы ориентируются на раскрытие темы культурного кода и идентичности Урала и Екатеринбурга. Одна из ключевых ценностей проекта – локальный микропатриотизм.

Фестиваль системно развивает паблик-арт в Екатеринбурге, с одной стороны, как практику, вовлекающую художников и жителей в развитие городской среды, с другой - как формат актуального представления смыслов культурного кода региона. Команда Фестиваля старается транслировать опыт для других регионов, так как видит перспективу развития интеграции творчества художников в развитие городской среды на системном уровне, что требует встречного понимания и движения со стороны властей, бизнеса (девелоперов), творческих профессионалов и горожан.

Социокультурные проблемы, на решение которых направлен Фестиваль:

- Запрос на развитие визуальной составляющей городской среды в периферийных районах и проявления их идентичности,
- Запрос на проявление культурного кода города и региона в современных формах,
- Запрос на расширение для горожан возможностей участия в развитии городской среды не только в физическом, но и символическом плане,
- Запрос на развитие туристической привлекательности бренда города.

Сферы влияния проекта:

- городская среда,

Этап проекта (отметьте):

- Завершён
- Продолжается
- Стартовал
- Иное

Жизненный цикл проекта (отметьте):

- Инновационный
- Зрелый
- Масштабирование
- Иное

В 2022 году Фестиваль «ЧО» стал победителем конкурса Президентского фонда культурных инициатив (ПФКИ-21-1-004201). С использованием средств гранта был проведен 3 Уральский паблик-арт фестиваль «ЧО»

Цель проекта:

Популяризация уральской идентичности и развитие локального и микролокального патриотизма

Принципы:

- Работа с городским и историческим контекстом;
- Вовлечение и объединение горожан и сообществ;
- Развитие локального художественного сообщества.

Задачи

- Проведение основной программы фестиваля: создание и размещение арт-объектов, работающих с контекстом городской среды, в районах Екатеринбурга
- Проведение публичной программы фестиваля
- Информационное сопровождение проекта

ЦЕЛЬ ОЦЕНКИ



2. Цель оценки

Цель оценки - определить, насколько за прошедшие сезоны Фестиваля практика размещения паблик-арт объектов в городской среде стала привлекательной для жителей города и туристов, оказывает ли она влияние на зрителей (приводит к изменениям в их знаниях, чувствах, ценностях), насколько вовлечение в творческую деятельность влияет на мотивированность жителей в дальнейшем участии в развитии городской среды и формируется ли у стейкхолдеров (бизнес, власти) понимание паблик-арта, как системного инструмента развития города. Принять решение о развитии различных форматов, продуктов и коммуникации в рамках Фестиваля или уточнения целеполагания проекта в целом.

Сделанные корректировки: в ходе планирования оценки в формулировке цели фактически не поменялась. Были скорректированы целевые группы, в связи с доступностью респондентов для сбора данных и сформулированными ключевыми вопросами оценки. Целевые группы: горожане, семьи, жители конкретных районов, туристы, специалисты туристической отрасли, представители администрации. Изначально планировалось в большей степени изучить мнение непосредственных жителей районов, где расположены паблик-арт объекты. Финальный перечень целевых групп отражен в формулировке цели оценки.

Фестиваль работает с изменением отношения к городской среде и культурным кодам, современной визуальной культурой и косвенно оказывает влияние на ряд различных сфер – от благоустройства до туризма. При выборе дизайна был сделан выбор в пользу оценки влияния паблик-арт Фестиваля и практики паблик-арта в целом, как комплексного явления, а не оценки влияния конкретных арт-объектов, событий или художников, поскольку во втором случае преобладает фактор случайного личного отношения и вкусовых предпочтений, которые всегда играют большую роль в ситуациях с современным искусством. По этой причине при оценке мы фокусировались на крупных целевых группах, сформулировав для них «широкие» (обобщенные) результаты. Такой подход позволил в рамках небольшого исследования узнать многое, однако не дал возможности определить причины выявленных результатов. Собранные данные можно использовать для более подробного исследования относительно выбранных целевых групп и областей влияния.

Оценка проводилась не в период проведения Фестиваля, что в значительной степени повлияло на доступ к респондентам и полученные ответы.

После обсуждений с инициатором проекта были сформулированы задачи оценки.

Задачи:

1. Выявить влияние Фестиваля на интерес и позитивное отношение жителей к современному искусству в городской среде.
2. Определить готовность жителей участвовать в развитии городской среды через художественные практики.
3. Оценить мотивацию посетителей развивать свое участие в событиях Фестиваля.
4. Описать, как Фестиваль и паблик-арт влияет на развитие туристического бренда города.
5. Выявить, насколько Фестиваль влияет на развитие культуры паблик-арта с участием стейкхолдеров и горожан.
6. Выявить, какие рекомендации по развитию Фестиваля дают респонденты.

ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ СТОРОНЫ



3. Заинтересованные стороны

	Информационная/ управленческая потребность О чём я хочу узнать	Использование результатов оценки Как я буду использовать результаты оценки	Комментарии По желанию
Команда/ лидер проекта	Влияет ли Фестиваль на повышение ценности района/города/ региона для жителей Насколько жители и стейкхолдеры принимают/разделяют ценности проекта	Коррекция программы и механики Фестиваля в следующих сезонах. Коррекция коммуникации со стейкхолдерами и целевыми аудиториями.	Фестиваль постоянно развивает программу, однако преимущественно делает это интуитивно.
ПФКИ	Как грантовая поддержка проекта повлияла на развитие проекта? Достигнуты ли заявлены результаты, насколько возможно масштабировать проект, его устойчивость? – Предполагаемые со стороны Исполнителя оценки	Принять решение о финансировании подобных проектов – предполагаемое со стороны Исполнителя оценки.	

Критерии оценки (отметьте)

Оценка потребностей/
актуальности/ востребованности

Оценка когерентности внешней
среде

Оценка процесса

Оценка результативности

Оценка эффективности

Оценка рисков

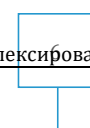
Оценка устойчивости

Оценка влияния

Иное

Напишите здесь

Ключевой оценочный вопрос	Уточняющий вопрос	Показатель и его целевое значение/ стандарт (если применимо)	Методология ответа на вопрос
<p>1. Насколько вовлечение в развитие городской среды и художественные практики влияет на повышение привлекательности города для жителей?</p>	<p>1.1. Насколько жители заинтересованы в развитии Фестиваля и вовлекающих творческих практик?</p>	<p>Количество горожан, выражающих энтузиазм и готовность участвовать в следующих Фестивалях</p>	<ul style="list-style-type: none"> Выявление лояльности посетителей Фестиваля (сопоставление ответов на вопросы «Хотите ли бы вы посещать Фестиваль в будущем?», «Как вы участвуете в Фестивале в этом году? ») Определение фактов интереса к Фестивалю и различным форматам событий (распределение ответов на вопрос анкеты): «Как бы вы хотели участвовать в Фестивале в этом году?»
		<p>Количество горожан, отмечающих, что Фестиваль мотивирует их на участие в художественных практиках</p>	<ul style="list-style-type: none"> Определение уровня мотивированности посетителей Фестиваля на участие в творческих практиках. Ответ на вопрос анкеты: «Хотите ли вы снова участвовать в различных художественных практиках после паблик-арт программы «ЧО»?»
	<p>1.2. Какие форматы событий Фестиваля вызывают наибольший интерес аудитории –</p>	<p>Доля посетителей Фестиваля, имеющих опыт повторного посещения, которые отмечают активные форматы событий Фестиваля, как наиболее интересные для них.</p> <p>(Активные форматы - творчество/ участие, пассивные - потребление/восприятие)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Сравнение востребованности и популярности активных и пассивных форматов событий Фестиваля (распределение ответов посетителей Фестиваля прошлых лет на вопросы анкеты: «Как бы вы хотели участвовать в мероприятиях и проектах паблик-арт программы «ЧО» в этом году?»). Распределение интересов участников между форматами, предполагающими большую или меньшую творческую активность, личное вовлечение, и форматами «зрительского» типа, основанными на потреблении участниками информации.
	<p>1.3. Влияет ли Фестиваль (как совокупность событий и практик) на расширение знаний посетителей относительно города и возможностей горожан, а также изменение отношения к чему-либо и поведения</p>	<p>Количество горожан, подтвердивших получение новых знаний о разных районах города, возможностях и культурном контексте. Распределение ответов между этими областями.</p> <p>Количество горожан,</p>	<ul style="list-style-type: none"> Выявление фактов расширения знаний горожан, благодаря Фестивалю – о себе, городе, искусстве. Ответы на вопрос анкеты: «Что нового Вы узнали благодаря проектам паблик-арт программы «ЧО» (объекты, мероприятия)?, « Изменилось ли Ваше отношение к облику района или Екатеринбурга в результате посещения Фестиваля «ЧО»? Выявление индивидуальных изменений, отрефлексированных



Ключевой оценочный вопрос	Уточняющий вопрос	Показатель и его целевое значение/ стандарт (если применимо)	Методология ответа на вопрос
	посетителей?	подтвердивших изменения собственного отношения или поведения к чему либо. Распределение ответов между областями изменений – город, горожанин, культура.	посетителями Фестиваля. Ответы на открытый вопрос: «Изменилось ли Ваше отношение к чему-либо в результате посещения? Начали ли Вы что-то делать новое или по-другому?»
	1.4. Насколько жители заинтересованы в личном участии в выборе тем для новых арт-объектов	Доля жителей, заинтересованных в обсуждении идей и тем арт-объектов для своего города/района	<ul style="list-style-type: none"> • Определение уровня заинтересованности жителей в участии в обсуждении идей новых арт-объектов
2. Насколько паблик-арт влияет на повышение привлекательности города для жителей?	2.1. Насколько жители осведомлены о размещенных в районе арт-объектах?	Количество жителей, знающих о размещении объекта в их районе и знающих названия объектов	<ul style="list-style-type: none"> • Определение доли жителей, осведомленных о наличии объектов и их идентифицирующих. Ответы на вопрос анкеты: «В каком районе Екатеринбурга вы проживаете?», «В вашем районе есть арт-объект Фестиваля «ЧО»?», «Знаете ли Вы, как называется арт-объект?»
	2.2. Насколько объекты паблик-арта влияют на изменение знаний и отношения жителей к своей локации	Количество жителей, изменивших отношение к своей локации, району, городу после появления паблик-арт объектов / проведения Фестиваля	<ul style="list-style-type: none"> • Определение количества жителей, подтверждающих изменение отношения к своему району или городу после установки арт-объектов. Ответы на вопросы анкеты «Изменилось ли Ваше отношение к своему району и городу после проведения фестиваля ЧО и появления арт-объектов?», «Стали ли Вы воспринимать свой район более позитивно после установки арт-объекта?»
	2.3. Насколько жители связывают размещение арт-объектов с позитивными изменениями в районе?	Количество жителей, подтвердивших возможность позитивного изменения района при установке в нем новых арт-объектов	<ul style="list-style-type: none"> • Определение уровня заинтересованности горожан в размещении новых арт-объектов. Ответы на вопрос анкеты «Как Вам кажется, изменится ли район в лучшую сторону, если в нём появится ещё арт-объекты»
	2.4. Насколько жители города заинтересованы в проявлении ценностей и культурного кода Уральского региона, локальной истории во вновь устанавливаемых арт-объектах	Доля жителей, чьи предложения тем для новых арт-объектов соответствуют основным ценностям Фестиваля – культурный код Урала, микропатриотизм.	<ul style="list-style-type: none"> • Определение соответствия интересов горожан ценностям Фестиваля и темам, связанным с культурой и историей Урала и Екатеринбурга. Ответы на вопрос: «Как вы полагаете, каким темам могли бы быть посвящены новые арт-объекты?»

Ключевой оценочный вопрос	Уточняющий вопрос	Показатель и его целевое значение/ стандарт (если применимо)	Методология ответа на вопрос
3. Насколько Фестиваль влияет на развитие туристического бренда города?	3.1. Насколько специалисты туристического бизнеса знают и как относятся к Фестивалю ЧО с точки зрения развития туризма и города?	Показатели не определены	<ul style="list-style-type: none"> Анализ ответов на вопросы интервью: «Влияют ли паблик-арт объекты и Фестиваль ЧО на местный туризм?»
	3.2. Насколько паблик-арт объекты включены в туристические маршруты	Показатели не определены	<ul style="list-style-type: none"> Анализ ответов на вопросы интервью: «Стали ли чаще экскурсии и путеводители включать в себя посещение фестиваля или его арт-объектов?», « Как Вам кажется, происходили ли изменения в экскурсионных маршрутах и путеводителях по городу?»
4. Насколько Фестиваль влияет на формирование культуры паблик-арта в регионе?	4.1. Является ли паблик-арт Фестиваль ЧО заметным явлением в художественной среде и влияет ли он на отношение художников к паблик-арту? 4.2. Как меняется отношение к работе с городскими объектами и горожанами у художников, участвующих в Фестивале ЧО?	Показатели не определены	<ul style="list-style-type: none"> Анализ ответов на вопросы интервью: «Как творческое сообщество в регионе воспринимает практики проекта? Воспринимают ли их как ценные? В чем именно эта ценность? Чем обусловлено такое восприятие?» Анализ ответов на вопросы интервью: « Как вы считаете, повлияли ли практики вовлечения горожан в создание объектов на работу художников? Какие именно аспекты работы художников изменились?» Анализ ответов на вопросы интервью: «Какое значение имеет «ЧО» для развития паблик-арта в городе? Какие проекты появляются в результате? Какие проекты были реализованы с властями, бизнесом и творческим сообществом?»
	4.3. Как оценивают результаты Фестиваля ЧО и размещения паблик-арт объектов в городе представители администрации	Показатели не определены	<ul style="list-style-type: none"> Анализ ответов на вопросы интервью: «Помогает ли фестиваль привлечь общественное внимание к городу? Вносит ли он вклад в выполнение важных проектов вроде национальных проектов или отраслевых программ? Как они влияют на городскую среду? Как Вам кажется, практики Фестиваля являются частью городской культуры?», «Какие заинтересованные стороны было бы полезно вовлекать в обсуждения паблик-арта?»
	4.4. Как оценивают результаты Фестиваля ЧО и размещения паблик-арт объектов в городе представители туристической отрасли	Показатели не определены	<ul style="list-style-type: none"> Анализ ответов на вопросы интервью: «Слышали ли Вы про паблик-арт программу ЧО? Знаете ли вы об объектах паблик-арта в городской среде? Что бы Вы могли сказать о влиянии ЧО на местный туризм?»

Ключевой оценочный вопрос	Уточняющий вопрос	Показатель и его целевое значение/ стандарт (если применимо)	Методология ответа на вопрос
5. Насколько результативно реализован проект при поддержке ПФКИ?	5.1 Насколько достигнута цель проекта?	Процент выполнения плановых значений показателей (не менее 75%)	<ul style="list-style-type: none"> Анализ материалов команды проекта
	5.2. Насколько проект становится популярнее из года в год?	Процент роста числа участников Фестиваля – сравнение 3 сезонов	<ul style="list-style-type: none"> Сравнение общей численности посетителей Фестиваля за прошедшие 3 сезона. Определение самых популярных форматов Фестиваля (распределение ответов зрителей на вопросы анкеты: "Какие события Фестиваля вы посещали?", «Какие события Фестиваля вы планируете посетить в будущем?») Выявление мнений, рекомендаций членов команды и стейкхолдеров (анализ ответов на вопросы интервью)

Сделанные корректировки:

Дизайн оценки в ходе планирования сбора и анализа данных корректировался.

Актуальный дизайн оценки отражен в отчете об оценке:

- раздел отчета «Методология оценки»,
- подвопросы к ключевым оценочным вопросам
- приложения к отчету №3-7.

Над разработкой инструментария трудился привлеченный аспирант Высшей школы экономики, не включенный в другие процессы оценки. Очевидно, что приглашение стороннего социолога позволило создать лишь шаблоны инструментов (анкет и гайда), без учета специфики самого Фестиваля и особенностей коммуникаций и процессов, которые обсуждались куратором оценки с лидером проекта. Таким образом, созданные привлеченным социологом инструменты были изменены куратором и лидером проекта (дополнены) более, чем на 40%.

Несмотря на то, что Фестиваль ЧО проходит в Екатеринбурге уже 3 года, команда не проводила опросов аудитории ранее, а собранные контактные данные не актуализировались. Поэтому, несмотря на высокую посещаемость и охваты Фестиваля последних 2 сезонов (более 1 млн чел каждый сезон) собрать массивный пул респондентов не удалось – оценка проходила не во время проведения Фестиваля, собственная база респондентов у Фестиваля есть, но вне информационной кампании ее эффективность крайне низкая (на этапе определения генеральной и выборочной совокупностей мы понимали данное ограничение). Для проведения более качественной и полноценной оценки рекомендуется сбор непосредственной обратной связи всех целевых аудиторий Фестиваля во время и после проведения каждого сезона (в рамках активной информационной кампании), а для представителей стейкхолдеров и партнеров – расширение разнообразия выборки респондентов. Такие материалы позволят накапливать доказательную базу и в случае будущих оценок опираться на нее для формулировки гипотез и сравнения.

Что касается выводов оценки, стоит отметить важные ограничения. Применение инструмента Яндекс.Взгляд, с одной стороны, позволило получить более разнообразный охват аудитории (не только посетителей Фестиваля, чьи адреса были в базе организаторов), а с другой - не дало возможность провести опрос прицельно жителей конкретных локаций/районов города. Кроме того, использование цифровых сетевых инструментов менее эффективно, если необходимо получить мнение разных возрастных и социальных групп. Как показали данные опроса среди респондентов крайне невелика была доля пожилых людей и подростков. В этой ситуации представляется, что живые опросы на улицах были бы более эффективны.

Что касается развития культуры публич-арт в регионе и России, а также влияние на туристическую привлекательность города, несмотря на косвенное подтверждение данных результатов, утверждать позитивное влияние кажется преждевременно. Влияние Фестиваля ЧО на развитие восприятия городской среды, туристической привлекательности Екатеринбурга и публич-арта в целом можно оценивать скорее в рамках долгосрочного исследования, учитывающего все возможные контексты и контр-факторы.

Ключевой оценочный вопрос/Методология ответа на вопрос	Источник данных/выборка	Инструмент сбора данных	Подход к анализу данных и вынесению суждения
<p>1. Насколько вовлечение в развитие городской среды и художественные практики влияет на повышение привлекательности города для жителей?</p>	<p>1.1. Посетители Фестиваля прошлых лет. Генеральная совокупность: 2 млн. чел. за 3 года. Опрос проведен по базе электронных адресов (около 2500 чел.). Выборка не менее 100 чел.</p> <p>1.2. Жители Екатеринбурга (опрос по механике Яндекс. Взгляд). Выборка не менее 100 чел.</p> <p>1.3. Представители администрации города. Не менее 5 чел.</p> <p>1.4. Представители туристического сектора. Не менее 5 чел.</p>	<p>- Онлайн-опрос</p> <p>- Интервью</p>	<p>- Если респондент согласен или согласен отчасти, считаем, что в большей степени влияет</p> <p>- Подсчет количества участников, желающих участвовать в активных (созидающих) и пассивных (транслирующих) форматах событий. Считаем, что те, кто выбирают активные и/или пассивные, но связанные с конкретной городской средой форматы, то привлекательность города повышается.</p> <p>- Рейтинг популярности форматов Фестиваля.</p> <p>- Считаем, что получение новых знаний о городе и возможностях горожан / собственных возможностях), повышает привлекательность города.</p> <p>- Считаем, что подтверждение изменений в отношении/поведении в результате посещения Фестиваля влияет на привлекательность города (поскольку происходит в городской среде и по поводу городской среды).</p> <p>- Считаем, что готовность участвовать в выборе идей и тем для арт-объектов, подтверждает заинтересованность в развитии города и повышении привлекательности города.</p> <p>- Считаем, что проявление среди предложенных для объектов тем и идей, явлений, связанных с городом, городской/региональной идентичностью, подтверждает заинтересованность/принятие локальной идентичности и привлекательность города.</p>
<p>2. Насколько паблик-арт влияет на повышение привлекательности города для жителей?</p>	<p>2.1. Посетители Фестиваля прошлых лет. Генеральная совокупность: 2 млн. чел. за 3 года. Опрос проведен по базе электронных адресов (около 2500 чел.). Выборка не менее 100 чел.</p>	<p>- Онлайн-опрос</p> <p>- Полуструктурированное интервью</p>	<p>- Считаем, что знание об объектах, их названии подтверждает узнавание феномена паблик-арта, как части городской среды.</p> <p>- Если респондент согласен или согласен отчасти, считаем, что в большей степени влияет.</p>

Ключевой оценочный вопрос/Методология ответа на вопрос	Источник данных/выборка	Инструмент сбора данных	Подход к анализу данных и вынесению суждения
	<p>2.2. Жители Екатеринбурга (опрос по механике Яндекс.Взгляд). Выборка не менее 100 чел.</p> <p>2.3. Представители администрации города. Не менее 5 чел.</p> <p>2.4. Представители туристического сектора. Не менее 5 чел.</p>		- Список нового и полезного для респондентов.
3. Насколько Фестиваль влияет на развитие туристического бренда города?	<p>3.1. Представители администрации города. Не менее 5 чел.</p> <p>3.2. Представители туристического сектора. Не менее 5 чел.</p>	- Полуструктурированное интервью	- Суждение на основе мнений респондентов
4. Насколько Фестиваль влияет на формирование культуры публичного искусства в регионе?	<p>4.1. Художники, принимавшие участие в прошлых сезонах Фестиваля. Не менее 5 чел.</p> <p>4.2. Представители администрации города. Не менее 5 чел.</p> <p>4.3. Представители туристического сектора. Не менее 5 чел.</p>	Полуструктурированное интервью	- Суждение на основе мнений респондентов
5. Насколько результативно реализован проект при поддержке ПФКИ?	<p>5.1. Заявка и отчеты о реализации проекта для ПФКИ (1 и 2 этапы)</p> <p>5.2. Посетители Фестиваля прошлых лет. Генеральная совокупность: 2 млн. чел. за 3 года. Опрос проведен по базе электронных адресов (около 2500 чел.). Выборка не менее 100 чел.</p>	- Анализ документов	<p>- Если заявленные и достигнутые цели всех уровней совпадают на 75 и более процентов, значит цель достигнута полностью</p> <p>- Рейтинг популярности форматов Фестиваля</p> <p>- Доля респондентов, сформулировавших рекомендации по новым темам/идеям для объектов, соотносимые с идеей микропатриотизма и локальной идентичности.</p>

4. Соображения, касающиеся ограничений и качества

При оценке необходимо принять во внимание несколько факторов:

- 1) несмотря на наличие электронной регистрации посетителей некоторых событий Фестиваля, база адресов посетителей командой Фестиваля не актуализируется.
- 2) Оценка проходила вне сезона Фестиваля, возможности доступа к реальным посетителям у команды не было.

При планировании оценки, выборе методов и инструментов сбора данных, анализе результатов, перечень ограничений корректировался.

Важной составляющей процесса оценки стала фиксация трудностей и уроков, вынесенных при реализации процесса оценки в ситуации ограниченных человеческих и временных ресурсов.

ЭТИЧЕСКИЕ СООБРАЖЕНИЯ



- Полная открытость информации о целях оценки, о возможных вариантах использования полученных в ее ходе результатах. Оценочный дизайн будет согласован с организацией в ходе совместного обсуждения. Дополнительно будет оговорено, что вся предоставляемая информация будет использоваться только в целях оценки. Круг лиц, у которых будет полный доступ к информации, в том числе к результатам оценки ограничивается рамками проекта ЯККИ.
- Участие в опросах анонимное, в интервью – конфиденциальное; вся информация будет использоваться в обобщенном виде.
- Потенциальный вред участникам не выявлен.

Прокомментируйте (по желанию)

6. План использования и распространения информации

Всем участникам оценки по желанию будут направлены результаты оценки. По завершению оценки ее результаты будут переданы в АНО «Эволюция и филантропия».

Результаты оценки были представлены 11.06.2024 на Форуме «Яркие краски креативных индустрий» в Москве, а также 27 июня 2024 года в Екатеринбурге в ходе экспертной научно-практической сессии по обсуждению подходов к оценке результативности социокультурных проектов, реализуемых на территории Свердловской области при грантовой поддержке Президентского фонда культурных инициатив. На встрече присутствовала представительница команды Фестиваля.

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ОЦЕНКИ



7. План-график проведения оценочного исследования

Ключевые задачи	Даты (план)	Даты (факт)	Представляемые результаты	Ответственный
1. Определение источников данных, доступных для проведения оценочного исследования, наличия необходимых ресурсов, утверждение оценочного дизайна	До 15 марта 2024	15.03.2024	Оценочный дизайн	Сергиевская Н. Харисов Н. Смекалин И.
2. Сбор исходных данных (статистика по прошедшим сезонам Фестиваля)	До 15 апреля 2024	15.04.2024	Материалы команды, списки участников сезонов Фестиваля	Харисов Н. Сергиевская Н.
3. Подготовка вопросов анкеты для проведения онлайн и офлайн опросов и интервью	До 30 марта 2024	11.04.2024	Разработан гайд интервью и анкеты	Смекалин И. Сергиевская Н. Харисов Н.
4. Составление списка респондентов для интервью, опроса	До 15 апреля 2024	14.04.2024	Составлены списки респондентов, стейкхолдеров	Харисов Н.
5. Сбор и обработка данных	До 30 апреля 2024	15.05.2024	Транскрипты интервью, одномерные таблицы с данными опросов	Смекалин И.
6. Подготовка ТЗ на анализ данных	До 20 апреля	20.04.2024	ТЗ на анализ данных	Сергиевская Н.
7. Анализ собранных данных	До 30 апреля 2024	10.06.2024	Проведен качественный и количественный анализ собранных данных	Смекалин И.
8. Подготовка аналитического отчета по результатам собранных данных	До 30 мая 2024	10.08.2024	Подготовлен аналитический отчет по результатам анализа собранных данных	Смекалин И. Сергиевская Н.
9. Подготовка презентации на Форуме и подготовка сценария выступления	До 15 мая 2024 года	10.06.2024	Презентация и сценарий выступления	Сергиевская Н.
10. Проверка отчета об анализе данных и согласование его с командой участника проекта	До 15 мая 2024 года	25.08.2024	Согласованный отчет об анализе данных	Сергиевская Н.

План-график корректировался и уточнялся по мере выполнения этапов оценки.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1.

Дерево результатов Уральского паблик-арт фестиваля «ЧО»



Приложение 2. Логическая модель проекта «Уральский паблик-арт фестиваля «ЧО»»

Благополучатели	Деятельность	Непосредственный результат	Показатели	Краткосрочный результат	Показатели	Среднесрочный	Показатели	Социальный эффект
Туристы	анонсирование программы Фестиваля в СМИ и социальных сетях	Туристы (индивидуальные, групповые и профессиональные) получили информацию о событиях Фестиваля и объектах, размещенных в городе	<p>Объем публикаций в каналах, связанных с разным типом туризма: внутри региона, в соседних регионах, в культурных центрах РФ, профессиональным туризмом,</p> <p>объем публикаций в каналах лидеров мнений с упоминанием Фестиваля и объектов</p>		<p>Проведение экскурсий по арт-объектам</p> <p>Включение событий и объектов Фестиваля в культурные программы профессиональных событий в городе (форумов, конференций)</p>	<p>Включение арт-объектов в городские маршруты вне рамок Фестиваля</p>	<p>Количество экскурсионных маршрутов, путеводителей, аудиогидов, блогов по городу, включивших в свой состав посещение арт-объектов</p>	<p>Туристический бренд города включил в себя объекты паблик-арт</p> <p>(практика осмысления и представления культурного кода региона в формах современной культуры)</p>
					<p>Посещение жителями локаций с паблик-артом</p>			
Жители Екатеринбурга	Размещение паблик-арт объектов в городе	Городская среда получила дополнительные элементы, передающие культурные смыслы Уральского региона	Количество объектов, размещенных в городе, и количество районов/локаций, охваченных проектом	<p>Возросший интерес к городским локациям с арт-объектами</p>				

Проведение презентаций и обсуждений объектов с жителями	Жители получили знание об объектах, причинах их размещения в городе и	Количество жителей, принявших участие в презентациях	Жители города получили знание и понимание идей художников и принципов паблик-арта	Количество жителей города, принявших участие в презентациях и встречах с художниками, проявивших интерес к объектам	Жители воспринимают паблик-арт объекты, как важную часть города, интересуются новыми предложениями художников	Количество жителей, поддерживающих появление новых объектов в городе	Повышение привлекательности города для жителей города, жителей УРФО
Мастер-классы для подростков и семейной аудитории	Подростки и семьи получили опыт творчества / создания современных арт-объектов	Количество подростков и семей, принявших участие в мастер-классах	Семьи и подростки получили представление о современных методах творчества и самовыражения	Количество семей и подростков, принявших участие в мастер-классах	Семьи и подростки включили современное искусство и творчество в свою обычную практику (хобби, увлечение, интерес)	Количество семей и подростков, включенных в современное творчество и имеющих возможность самовыражения через современные культурные практики	
Кино-показы про развитие городской среды (?) паблик-арт (?)	Жители получили знания о проектах развития городской среды, принципах паблик-арта в эффективной форме документального кино	Количество жителей, посетивших кинопоказы в рамках Фестиваля	Жители заинтересовались / вдохновились возможностями развития города средствами современного искусства	Количество жителей, заинтересовавшихся возможностями развития города средствами современного искусства	Жители стали позитивнее воспринимать новаторские художественные решения / высказывания в городской среде	Количество жителей, позитивно воспринимающих современное искусство в городе	
Вовлечение жителей в создание арт-объектов (Школа паблик-арта)	Жители получили возможность принять участие в создании паблик-арт объектов совместно с художниками	Количество жителей, получивших опыт работы над арт-объектами	У жителей города повысилось понимание методов и ценности объектов современного искусства	Количество жителей, которые с интересом относятся к современному искусству в	Рост/развитие сообщества художников паблик-арта и активно вовлеченных в паблик-арт и Фестиваль	Количество участников сообщества паблик-артистов (художников, волонтеров, продюсеров)	

					городе	жителей города		
--	--	--	--	--	--------	----------------	--	--

Творческое сообщество Екатеринбург / Урала	Регулярное участие в создании публич-арт объектов для Екатеринбурга	Художники разместили свои объекты в городской среде и взаимодействия с жителями, властями, бизнесом	Количество художников, принявших участие в Фестивале ЧО	Художники получили опыт реализации своих идей в городе и диалога с горожанами в рамках долгосрочного проекта	Количество художников, активно участвовавших в обсуждении объектов с жителями, стейкхолдерам и	Творческое сообщество Екатеринбург выстроило постоянный диалог с жителями и стейкхолдерами для интеграции современного искусства в городскую среду	Количество художников, регулярно общающихся с жителями, иницирующих проекты с развитием городской среды	Формирование культуры публич-арта как практики развития городской среды в регионе (и масштабирование практики на другие регионы) (Интеграция публич-арта в развитие городской среды)
Власти и бизнес-сообщество	Регулярная административная и финансовая поддержка Фестиваля публич-арта	Власти и бизнес вовлечены в диалог о развитии городской среды методами современного искусства	Количество представителей власти и бизнеса, участвующих в обсуждении планов и результатов Фестиваля	Представители власти и бизнеса получили опыт и понимание возможностей современного искусства по проявлению смыслов культурного кода территории	Количество представителей власти и бизнеса, регулярно поддерживающих Фестиваль и разделяющих ценности Фестиваля	Налажен постоянный диалог и сотрудничество между продюсерами культурных проектов в области публич-арта и властями / бизнесом для решения вопросов развития городской среды	Количество проектов развития городской среды инструментами реализованных совместно властями, бизнесом и творческим сообществом Фестиваля	
Команда Фестиваля (+ кураторы)	Регулярная апробация новых форматов работы с городской средой, жителями, художниками и стейкхолдерами	Команда имеет опыт подбора наиболее эффективных практик для реализации проектов	Форматы/продукты Фестиваля пользуются интересом и спросом у целевой аудитории (показатель – посещаемость, повторное участие, эффективная коммуникация)	Команда имеет методику эффективной работы с объектами публич-арта в городской среде	Количество апробированных, проанализированных и описанных форматов, методов и кейсов	Информация о практиках и опыте Фестиваля ЧО становится известной в творческом сообществе и среди представителей регионов, заинтересованных в развитии городской среды новыми методами за пределами	Количество выступлений представителей Команды и кураторов на профессиональных площадках, а также консультаций по масштабированию практики в других регионах	

						Екатеринбурга		
--	--	--	--	--	--	---------------	--	--

В процессе проведения оценки в связи с техническими ограничениями были скорректированы показатели, а также уточнена формулировка результатов. Жирным шрифтом выделены результаты, включенные в финальный план оценки.



ЯРКИЕ КРАСКИ
КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЙ



ЭВОЛЮЦИЯ
И ФИЛАНТРОПИЯ



Индивидуальный предприниматель
Харисов Никита Борисович

Проект:
**«Уральский
паблик-арт Фестиваль «ЧО»**

2024

РЕЗЮМЕ

Объект оценки – Уральский паблик-арт Фестиваль «ЧО».

Фестиваль «ЧО» - ежегодный публичный социокультурный проект – ежегодно проходит в Екатеринбурге с 2021 года. Фестиваль инициирован АО «Атомстройкомплекс», реализуется в партнерстве с местными властями и культурными организациями. Фестиваль включает в себя большой спектр публичных событий в различных форматах от массовых до профессиональных, адресованных различными целевым аудиториям: выставки, экскурсии и сплавы, кинопоказы, презентации арт-объектов и дискуссии, арт-ярмарки, мастер-классы и Школа паблик-арта. Некоторые паблик-арт объекты остаются в городе после окончания очередного сезона Фестиваля. Таким образом Фестиваль не только проводит культурные события для горожан, но и физически влияет на изменение облика городских районов. Часть паблик-арт объектов существует в Мета-Вселенной в цифровой версии.

Основными участниками Фестиваля становятся уральские кураторы и молодые художники. Темы Фестиваля всегда связаны с уральской идентичностью, культурным кодом Екатеринбурга и Уральского региона. В 2022 году Фестиваль «ЧО» стал победителем конкурса Президентского фонда культурных инициатив (ПФКИ-21-1-004201).

Цель Фестиваля - Популяризация уральской идентичности и развитие локального и микролокального патриотизма

Цель оценки – Цель оценки - определить, насколько за прошедшие сезоны Фестиваля практика размещения паблик-арт объектов в городской среде стала привлекательной для жителей города и туристов, оказывает ли она влияние на зрителей (приводит к изменениям в их знаниях, чувствах, ценностях), насколько вовлечение в творческую деятельность влияет на мотивированность жителей в дальнейшем участии в развитии городской среды и формируется ли у стейкхолдеров (бизнес, власти) понимание паблик-арта, как системного инструмента развития города.

В фокусе оценки - три сезона Фестиваля 2021-2023 гг. В 2022 году 3 сезон Фестиваля был проведен с использованием средств гранта Президентского фонда культурных инициатив. Таким образом, в ходе оценки изучено не только влияние Фестиваля на основные целевые группы, но и результативность конкретного грантового проекта.

Период проведения оценки: февраль – июнь 2024 года.

Ключевые стейкхолдеры: лидер проекта, Президентский фонд культурных инициатив.

Команда исполнителей

Организатор: АНО «Эволюция и филантропия».

Кураторы оценки: генеральный директор Фонда «Будущее время» Н.И.Сергиевская.

Разработка инструментария: аспирант-социолог Высшей школы экономики
Организация сбора данных: лидер Фестиваля Н.Б.Харисов.
Анализ данных: социолог И.А. Смекалин.

И.А. Смекалин.

Методология оценки

На основании первичного анализа документации Фестиваля и интервью с его лидером – Н.Харисовым были разработаны Дерево результатов и логическая модель, которые послужили основой для определения областей влияния и формулирования социокультурных результатов. На их основе был разработан оценочный инструментарий, определена выборка респондентов (в соответствии с разработанными инструментами). В связи с ограниченными временными и человеческими ресурсами были выбраны инструменты, которые могут использоваться непосредственно для данной оценки. Команде были рекомендованы инструменты, которые можно использовать в дальнейшем для регулярного мониторинга и оценки результатов и эффектов разной степени срочности. Оценка Фестиваля «ЧО» включает в себя как количественные, так и качественные методы. В основе анализа количественных данных находятся следующие методы: описательная статистика, анализ динамики, сравнение, метод группировки, графические методы. В основе анализа качественных данных находится интерпретация содержания высказываний участников интервью, кластерный анализ ответов. В качестве иллюстрации выводов приводятся релевантные цитаты и фрагменты из полуструктурированных интервью.

Ключевые оценочные вопросы

1. Насколько вовлечение в развитие городской среды и художественные практики влияет на повышение привлекательности города для жителей?
2. Насколько паблик-арт влияет на повышение привлекательности города для жителей?
3. Насколько Фестиваль влияет на развитие туристического бренда города?
4. Насколько Фестиваль влияет на формирование культуры паблик-арта в регионе?
5. Насколько результативно реализован проект при поддержке ПФКИ?

Перечень результатов и показателей оценки

№	Результаты	Показатели
1	Усиление связи горожан с историей и современностью города	Количество горожан, выражающих энтузиазм и готовность участвовать в следующих Фестивалях
		Количество горожан, отмечающих, что Фестиваль мотивирует их на участие в художественных практиках
		Доля посетителей Фестиваля, имеющих опыт повторного посещения, которые отмечают активные форматы событий Фестиваля, как наиболее интересные для них. (Активные форматы - творчество/ участие, пассивные - потребление/ восприятие).
		Количество горожан, подтвердивших получение новых знаний о разных районах города.

		<p>возможностях и культурном контексте. Распределение ответов между этими областями. Количество горожан, подтвердивших изменения собственного отношения или поведения в результате посещения Фестиваля.</p> <p>Доля жителей, заинтересованных в обсуждении идей и тем арт-объектов для своего города/района</p> <p>Количество жителей, знающих о размещении объекта в их районе и знающих названия объектов</p> <p>Количество жителей, изменивших отношение к своей локации, району, городу после появления паблик-арт объектов / проведения Фестиваля</p> <p>Количество жителей, подтвердивших возможность позитивного изменения района при установке в нем новых арт-объектов</p> <p>Доля жителей, чьи предложения тем для новых арт-объектов соответствуют основным ценностям Фестиваля – культурный код Урала, микропатриотизм.</p>
3	Включение новых форм представления уральской идентичности (паблик-арт), расположенных в периферийных районах Екатеринбурга, в туристический оборот	<p>Факт включения объектов паблик-арт в туристические маршруты</p> <p>Доля представителей туристической отрасли, заинтересованных во включении паблик-арт объектов в туристические маршруты (не применялось)</p>
4	Интеграция потенциала современных художников и творческого сообщества в развитие города	<p>Доля художников, подтверждающих необходимость обсуждения новых объектов для города с жителями (не применялось)</p> <p>Доля представителей администрации, заинтересованных в развитии сотрудничества с паблик-арт художниками для благоустройства города (не применялось)</p> <p>Процент жителей города, заинтересованных в участии в обсуждении тем/идей арт-объектов для размещения в городе и считающих, что жители должны участвовать в творческом процессе</p>
5	Результативность проекта, реализованного при поддержке Президентского фонда культурных инициатив в 2022 году	<p>Процент выполнения плановых значений показателей проекта (не менее 75%)</p> <p>Процент роста общей численности посетителей Фестиваля за прошедшие 3 сезона.</p>

Методы и инструменты сбора данных	Источники данных, генеральная совокупность	Количество опрошенных (чел.)
-----------------------------------	--	------------------------------

Онлайн-опрос (три анкеты)	Посетители Фестиваля Более 2,5 млн чел. за 3 сезона	160
	Жители Екатеринбурга (преимущественно – районов, где расположены паблик-арт объекты)	165
Полуструктурированное интервью (гайд интервью)	Представители туристических организаций Екатеринбурга (тур. агентство, экскурсоводы) Представители администрации Екатеринбурга Художники, принявшие участие в разных сезонах Фестиваля ЧО	17
Анализ документов	программа Фестиваля, заявка и отчет ПФКИ	

Ограничения

Оценка Фестиваля проводилась вне информационной кампании или сезона Фестиваля. в этой ситуации оказалось, что несмотря на большую посещаемость фестивальных активностей и наличие у команды базы адресов посетителей прошлых сезонов в 2500 единиц, опросы через сервисы Яндекс.Взгляд (таргетинг) и Яндекс.Форма (по базе посетителей Фестиваля).

Большие объемы посетителей Фестиваля последних двух лет объясняются проведением выставок на площадке Главпочтампта, ежедневная потоковая посещаемость которой была учтена, поскольку выставки проходили непосредственно в открытом общественном пространстве и были доступны для всех посетителей. Большинство посетителей этих выставок не посещали площадку исключительно ради выставки. В этой связи кратное увеличение числа посетителей в последние 2 года в БОльшей степени объясняется удачным выбором площадки, а не резким скачком популярности Фестиваля. Это, однако, не снижает ценности первого контакта Фестиваля с потоковыми посетителями.

Интервью с представителями администрации и туристического сектора лишь отчасти представляют позиции всей совокупности акторов в данных областях – поскольку команда имела доступ именно к контактам, легко предположить, что с ними имелась коммуникация и раньше (что отчасти подтверждается в интервью с представителями туристической отрасли). Таким образом, можно сказать, что респонденты были предварительно знакомы с Фестивалем, а поскольку согласились на интервью, видимо, были в значительной степени положительно настроены.

Ключевые результаты оценки

- Фестиваль «ЧО» влияет на усиление связи горожан с историей и современностью города за счет вовлечения в творческие практики в городской среде и благодаря размещению паблик-арт объектов в периферийных районах города.

68,5 % посетителей считают, что получили на Фестивале новые знания о разных районах города, своих возможностях и культурном контексте в Екатеринбурге.

50% опрошенных жителей считает, что их отношение к району и городу изменилось после появления арт-объектов, и 78% уверено, что город после размещения объектов стал более современным и дружелюбным.

95% горожан сообщили, что облик района изменится к лучшему, в случае размещения там новых паблик-арт объектов.

Абсолютное большинство опрошенных воспринимают арт-объекты как то, что делает город более современным (согласны 78%), дружелюбным (78%) и интересным (68%).

Среди тем, предложенных респондентами для новых паблик-арт объектов значительное место занимают сюжеты, связанные с историей города и районов, значимых городских объектов – 35%. Темы, связанные с современной городской и социальной проблематикой, что типично для паблик-арт в целом – 29%.

Представители администрации подчеркивают важность наполнения городской среды смыслом и создания чувства сопричастности у жителей, отмечая, что летние и уличные фестивали привлекают большое количество посетителей..

Художники утверждают, что вовлечение горожан в развитие городской среды через художественные практики, значительно повышает привлекательность города. Такие мероприятия способствуют привязанности жителей к месту, а также позволяют художникам поддерживать связь с реальностью и конечными зрителями. Взаимодействие с непрофессиональными участниками и местными жителями обогащает художественную практику и способствует созданию насыщенной культурной среды, что делает город более привлекательным для всех жителей.

- **Фестиваль в некоторой степени способствует включению новых форм представления уральской идентичности (паблик-арт), расположенных в периферийных районах Екатеринбурга, в туристический оборот.**

(Вывод сделан на основании интервью с 6 представителями туристической отрасли).

Паблик-арт объекты являются потенциально интересными и оригинальными достопримечательностями для экскурсионных маршрутов, однако отсутствие налаженных логистических решений, навигации и нестабильность наличия и физического состояния объектов (устаревание, краткосрочность размещения) не позволяют включить все объекты на постоянной основе. Некоторые объекты, долгосрочные и размещенные в удачных локациях, включаются в экскурсионные маршруты для горожан и приезжих туристов, что позволяет разнообразить впечатления от города.

- **Фестиваль способствует интеграции потенциала современных художников и творческого сообщества в развитие города** (вывод сделан на основании интервью с 6 художниками, 5 представителями администрации города, 6 представителями туристического сектора и на основании опроса жителей города).

81% опрошенных горожан готовы участвовать в обсуждении новых тем для арт-объектов, что подчеркивает заинтересованность и неравнодушное отношение.

Добавлено примечание ([NS1]): Это один из самых главных результатов.

60% опрошенных заявили, что их отношение к району и городу изменилось после появления арт-объектов или проведения мероприятий Фестиваля «ЧО».

Художники считают, что их совместная с горожанами работа позволяет лучше отражать локальные смыслы и историю в визуальных объектах города. Представители администрации считают, что опыт включения арт-объектов, как и опыт совместной работы художников с жителями, обогащает городскую среду Екатеринбурга. Получение на протяжении 3 лет командой Фестиваля от городских властей разрешение на установку паблик-арт объектов в периферийных районах города косвенно подтверждает налаживание диалога между творческим сообществом и городскими властями и заинтересованность властей в современных визуальных элементах городской среды.

- **Проект при поддержке ПФКИ реализован результативно.**

Цель проекта, поддержанного ПФКИ в 2022 году, соотносится с миссией Фестиваля: Миссия проекта - повышение привлекательности Екатеринбурга и его районов среди жителей и туристов с помощью паблик-арта, Цель проекта - Популяризация уральской идентичности и развитие локального и микролокального патриотизма.

Ожидаемые и достигнутые цели всех уровней проекта совпадают более чем на 75%. Ключевой результат проекта можно считать устойчивым.

70% Большинство респондентов считают, что важно, чтобы паблик-арт объекты создавались в рамках программы Фестиваля «ЧО», что показывает лояльность и доверие горожан к команде и бренду Фестиваля.

Фестиваль способствует обогащению визуальной и культурно-событийной среды города, формирует у жителей интерес к своей территории, мотивацию к творческим практикам и участию в развитии города.

40% посетителей прошлых сезонов заявляют о готовности участвовать в мастер-классах по созданию паблик-арт объектов - то есть готовы к своему включению в творческую деятельность или активное выражение своего мнения.

64% жителей предлагают в качестве тем для новых паблик-арт объектов идеи, связанные с прошлым/историей или настоящим/современностью и культурными символами города и региона.

Как сделать Фестиваль более эффективным и устойчивым культурным событием (рекомендации). Рекомендации сформулированы, основываясь на комментариях стейкхолдеров:

- налаживание устойчивого диалога с городскими властями;
- решение проблем долгосрочности устанавливаемых объектов;
- активное размещение информации об объектах в туристических каналах;
- развитие форм диалога и участия горожан разного возраста и социального статуса в создании объектов.

Трудности:

- вне сезона проведения Фестиваля сложно организовать сбор большого количества мнений горожан и посетителей прошлых сезонов,

- представители администрации и туристической отрасли, не имеющие рабочего контакта с Фестивалем сложно достижимы для проведения интервью,
- Фестиваль работает в контексте ранее стартовавших и подготовивших отчасти публику проектов современного искусства в городской среде: Уральской индустриальной биеннале, Фестиваля Стенография и т.д. В этой связи вычлнить и отличить собственное влияние Фестиваля «ЧО» на горожан от подготовленного другими событиями, представляется несколько затруднительным и требует других методов исследования.

Уроки (что важно учесть в будущем при оценке подобных проектов):

- Проведение оценки все информационной кампании и собственно активного сезона проекта не позволяет собрать в достаточном количестве мнения как посетителей, так и горожан.
- использование нескольких смежных, дополняющих вопросов анкеты позволяет получить более развернутую и объемную картину мнения респондентов,
- применение разных инструментов сбора данных для разных групп респондентов влияет на продолжительность процедуры анализа в большую сторону,
- для усиления доказательной базы рекомендуется регулярно проводить опросы участников и посетителей Фестиваля, стейкхолдеров. Важно акцентировать в коммуникации характеристики Фестиваля «ЧО», отличающие его кардинально от остальных событий, представляющих современное искусство в городской среде.
- более плотно работать с туристическим сектором, совместно решая вопросы привлечения гостей к удаленным районам и арт-объектам, расположенным в них.
- фиксировать в команде инициативы от горожан и художников по развитию среды средствами паблик-арта, как результат интереса к вовлечению в жизнь города.

Как будут использовать результаты оценки:

- рекомендации команде Фестиваля по корректировке форматов центральных событий и паблик-арт объектов Фестиваля,
- использование дизайна оценки и инструментов сбора данных для оценки схожих проектов.