



ЯРКИЕ КРАСКИ  
КРЕАТИВНЫХ  
ИНДУСТРИЙ



ЭВОЛЮЦИЯ  
И ФИЛАНТРОПИЯ



## Аналитический отчёт об оценке проекта Проекта Фестиваль паблик-арта «ЧО»

Отчет подготовлен АНО «Эволюция и Филантропия»  
в рамках проекта «Яркие краски креативных индустрий»,  
который реализуется АНО «Гелиос» при поддержке  
Президентского фонда культурных инициатив

Москва, 2024

## Оглавление

Резюме .....	3
Объект оценки – Фестиваль паблик-арта ЧО (публичная программа), .....	12
Цель и задачи оценки .....	12
Дерево результатов .....	13
Список ключевых оценочных вопросов .....	13
Метод и инструменты сбора данных .....	14
Ограничения методов и контекст .....	14
Отчет об анализе по каждому вопросу и инструментарию.....	16
1. Насколько вовлечение в развитие городской среды и художественные практики влияет на повышение привлекательности города для жителей?.....	16
2. Насколько паблик-арт влияет на повышение привлекательности города для жителей?.....	21
3. Насколько Фестиваль влияет на формирование культуры паблик-арта в регионе и в России? .....	24
4. Насколько Фестиваль и паблик-арт влияют на туристический бренд города? .....	25
5. Насколько результативно реализован проект при поддержке ПФКИ? .....	30
Приложение 1. Анкеты опросов .....	34
Анкета для жителей города, кто живёт рядом с арт-объектом .....	34
Анкета для посетителей фестиваля .....	36
Приложение 2. Гайды интервью .....	40
Приложение 3. Контент-анализ открытых ответов на вопрос о том, что новое о фестивале узнали респонденты.....	43
Приложение 4. Таблица кодирования для интервью .....	46
Приложение 5. Сводная таблица с разрезами по социально-демографическим переменным на данных опроса посетителей мероприятия.....	49
Приложение 6. Сводная таблица посещаемости и типологии форматов событий Фестиваля.....	53
Приложение 7. План оценки .....	56

## 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».

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

Разработка инструментария: аспирант-социолог Высшей школы экономики И.А. Смекалин.

Организация сбора данных: лидер Фестиваля Н.Б.Харисов.

Анализ данных: социолог 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	<p>Количество горожан, выражающих энтузиазм и готовность участвовать в следующих Фестивалях</p> <p>Количество горожан, отмечающих, что Фестиваль мотивирует их на участие в художественных практиках</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> <p>Количество горожан, подтвердивших получение новых знаний о разных районах города, возможностях и культурном контексте. Распределение ответов между этими областями.</p> <p>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>

		Количество жителей, подтвердивших возможность позитивного изменения района при установке в нем новых арт-объектов
		Доля жителей, чьи предложения тем для новых арт-объектов соответствуют основным ценностям Фестиваля – культурный код Урала, микропатриотизм.
3	Включение новых форм представления уральской идентичности (паблик-арт), расположенных в периферийных районах Екатеринбурга, в туристический оборот	Факт включения объектов паблик-арт в туристические маршруты
		Доля представителей туристической отрасли, заинтересованных во включении паблик-арт объектов в туристические маршруты (не применялось)
4	Интеграция потенциала современных художников и творческого сообщества в развитие города	Доля художников, подтверждающих необходимость обсуждения новых объектов для города с жителями (не применялось)
		Доля представителей администрации, заинтересованных в развитии сотрудничества с паблик-арт художниками для благоустройства города (не применялось)
		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
5	Результативность проекта, реализованного при поддержке Президентского фонда культурных инициатив в 2022 году	Процент выполнения плановых значений показателей проекта (не менее 75%)
		Процент роста общей численности посетителей Фестиваля за прошедшие 3 сезона.

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)	166
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, данные посещаемости	

### Ограничения

При оценке влияния Фестиваля на развитие городской среды и культуры паблик-арта необходимо учитывать несколько ключевых факторов, которые могут повлиять на результаты анализа:

**Канал сбора данных.** Для онлайн-опросов использовались Яндекс.Форма и Яндекс.Взгляд, которые имеют ограничения в своем формате и доступности для потенциальных респондентов.

**Сезонность проведения основных событий.** Основные события Фестиваля «ЧО» проводятся летом. Это ограничило возможность проведения опросов и интервьюирования непосредственных участников событий в рамках данного исследования. Отсутствие возможности собрать данные в реальном времени может повлиять на полноту и точность полученной информации.

**Качество данных.** Оценка основана на данных опросов и отзывов, собранных от участников Фестиваля и жителей города. Возможны ограничения, связанные с тем, что в опросе склонны участвовать заведомо более лояльные респонденты.

Эти ограничения следует учитывать при интерпретации результатов анализа и формулировании выводов о влиянии Фестиваля на развитие городской среды и культуры паблик-арта в Екатеринбурге.

Большие объемы посетителей Фестиваля последних двух лет объясняются проведением выставок на площадке Главпочтамта, 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 имела 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

#### **Ключевые вопросы 1 и 2 : «Насколько вовлечение в развитие городской среды и художественные практики влияет на повышение привлекательности города для жителей?» и «Насколько паблик-арт влияет на повышение привлекательности города для жителей?»**

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.

### **Ключевой вопрос 3: «Насколько Фестиваль влияет на развитие туристического бренда города?»**

- 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.

### **Ключевой вопрос 4: «Насколько Фестиваль влияет на формирование культуры паблик-арта в регионе?»**

- 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.

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.

#### **Ключевой вопрос 5. «Насколько результативно реализован проект при поддержке ПФКИ?»**

- 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.

**Объект оценки – Уральский паблик-арт Фестиваль ЧО (публичная программа), сезоны 2020-2023 гг.**

Фестиваль ЧО 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.

В рамках Фестиваля формируется 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.

**Цель и задачи оценки**

Цель оценки — определить влияние Фестиваля на основные целевые группы (жители города, профессиональное сообщество), понять, как это влияние способствует изменениям (повышается ли привлекательность города для жителей и гостей благодаря обогащению городской среды и творческому участию). 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 (жителей, художников, представителей бизнеса и органов власти) понимание паблик-арта.

**Задачи:**

1. Выявить влияние Фестиваля ЧО на интерес и позитивное отношение жителей к городу и элементам современного искусства в городской среде.
2. Определить готовность жителей участвовать в развитии городской среды через художественные практики.
3. Описать заметность Фестиваля в туристическом секторе города
4. Описать влияние Фестиваля на развитие культуры паблик-арта в регионе.
5. Определить, насколько сложившийся дизайн Фестиваля позволяет достигать устойчивых социальных результатов.

## Дерево результатов

### План оценки проекта Фестиваль «ЧО»



#### Список ключевых оценочных вопросов

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

#### Метод и инструменты сбора данных

Для оценки влияния Фестиваля на развитие городской среды и культуры паблик-арта использовались различные методы и инструменты сбора данных: онлайн-опрос посетителей Фестиваля и жителей районов Екатеринбурга, в которых расположены паблик-арт объекты, а также полуструктурированные интервью с художниками, представителями туристической отрасли и администрации города.

Онлайн-опрос:

- Инструмент: анкеты (приведены в Приложении 1. Анкеты опросов)
- Выборка: целевая
  - Посетители Фестиваля: получено 160 ответов от респондентов через сервис «Яндекс.Форма» (базе 2500 адресов людей, ранее посетивших события Фестиваля и оставивших свои контактные данные);
  - Жители районов Екатеринбурга с объектами паблик-арта: 107 ответов от респондентов через сервис таргетированных опросов «Яндекс.Взгляд», 59 ответов от респондентов, оставивших свои контактные данные команде Фестиваля, – через сервис «Яндекс.Форма».

Полуструктурированное интервью

Инструмент: гайд интервью (приведены в Приложении 2. Гайды интервью)

Стейкхолдеры:

- Представители органов государственной власти, 5 человек;
- Представители профессионального сообщества (представители туристических агентств Таганрога, экскурсоводы – как эксперты туристического бренда города), 6 человек,
- Представители художественного сообщества, 6 человек.

Выборка представителей администрации Екатеринбурга включает в себя профильные организации и подразделения, в зону ответственности которых входит работа с городской средой и искусством в общественных пространствах, а именно:

1. Управление культуры Администрации города Екатеринбурга;
2. Департамент архитектуры Администрации города Екатеринбурга;
3. МКУ "Столица Урала" – организация, которая отвечает за развитие туристического бренда г. Екатеринбург;
4. ЦПКиО им. Маяковского и Летний Парк Уралмаш.

Выборка художников – преимущественно жителей Уральского региона - включала 28 человек, которые участвовали в работе Фестиваля в 2021-2023 гг. – получено 6 интервью.

#### **Ограничения методов и контекст**

Контекст: Фестиваль проводится в ситуации определенной развитости практик современного искусства в городе, в контексте ранее стартовавших долгосрочных проектов, таких как Уральская индустриальная биеннале и фестиваль Стенография. Это указывает на то, что

публика и стейкхолдеры, в том числе администрация города и культурное сообщество, уже обладают определенной насмотренностью и подготовленностью к восприятию подобных мероприятий.

При оценке влияния Фестиваля на развитие городской среды и культуры паблик-арта необходимо учитывать несколько ключевых факторов, которые могут повлиять на результаты анализа:

- Канал сбора данных. Для онлайн-опросов использовались «Яндекс.Форма» и «Яндекс.Взгляд», которые имеют ограничения в своем формате и доступности для потенциальных респондентов.
- Сезонность проведения основных событий. Основные события Фестиваля «ЧО» проводятся летом. Это ограничило возможность проведения опросов и интервьюирования непосредственных участников событий в рамках данного исследования. Отсутствие возможности собрать данные в реальном времени может повлиять на полноту и точность полученной информации.
- Качество данных. Оценка основана на данных опросов и отзывов, собранных от участников Фестиваля и жителей города. Возможны ограничения, связанные с тем, что в опросе склонны участвовать заведомо более лояльные респонденты.

Эти ограничения следует учитывать при интерпретации результатов анализа и формулировании выводов о влиянии Фестиваля на развитие городской среды и культуры паблик-арта в Екатеринбурге.

## Отчет об анализе по каждому вопросу и инструментарию

### Ключевой вопрос 1. Насколько вовлечение в развитие городской среды и художественные практики влияет на повышение привлекательности города для жителей?

Инструменты сбора данных:

- анкетирование посетителей Фестиваля: 158 человек;
- анкетирование жителей районов Екатеринбурга с объектами паблик-арта и без них: 156 человек;
- интервью с представителями органов государственной власти: 5 человек;
- интервью с представителями профессионального сообщества (представители туристических агентств Таганрога, экскурсоводы): 6 человек.
- интервью с представителями художественного сообщества: 6 человек.

1. Определение количество горожан, выражающих энтузиазм и готовность участвовать в следующих Фестивалях «ЧО»

«Хотели бы Вы посетить мероприятия Фестиваля / паблик-арт программы «ЧО» в будущем?» (рейтинг мотивации)

Ответ	Количество	Процент
Определенно да	118	77.63%
Скорее да	27	17.76%
Скорее нет	1	0.66%
Затрудняюсь ответить	3	1.97%

Таким образом, основная масса респондентов (77.63%) выразила явное желание посетить мероприятия паблик-арт программы «ЧО» в будущем. Следовательно, Фестиваль показывает способность к удержанию своей аудитории и формулировать сегмент лояльных посетителей.

Показатели заинтересованности в разных форматах событий Фестиваля

«Как бы вы хотели участвовать в мероприятиях и проектах паблик-арт программы «ЧО» в этом году?»

хочу посетить экскурсии, прогулки, сплавы	84%
---	-----



хочу посетить лекции, презентации, артист-токи	56%
хочу видеть/смотреть на арт-объекты	48%
хочу принять участие в разовых мастер-классах	40%
хочу принять участие в творческих мастерских (серия мероприятий по созданию публич-арт объекта или другого художественного проекта)	38%
хочу участвовать в дискуссиях	15%

Высокий процент желающих участвовать в таких мероприятиях как экскурсии, прогулки, сплавы указывает на интерес жителей к активному и познавательному отдыху, связанному с исследованием городской среды. Более половины опрошенных проявляют интерес к образовательным и культурным мероприятиям, что говорит о стремлении к повышению культурного и интеллектуального уровня. Почти половина респондентов заинтересована в визуальном искусстве, что подчеркивает важность наличия эстетически привлекательных и вдохновляющих элементов в городской среде. В дискуссиях и мастер-классах – как форматах требующих наиболее ответственного личного включения - заинтересованы меньшие доли опрошенных, однако эти показатели также нельзя назвать низкими. В целом, интерес к фестивалю сам по себе сопряжен с интересом к городу, поскольку фестиваль вовлекает в практики, которые связаны именно с активностями в рамках города как места действия.

Определение баланса интереса к активным и пассивным форматам участия в Фестивале

Пассивные формы участия:

- Экскурсии, прогулки, сплавы – 84%
- Посещение лекций, презентаций, артист-токов – 56%
- Посещение публич-арт объектов – 48%

Пассивное участие в данном случае предполагает формат минимального участия в создании нового (объектов, идей, смыслов) со стороны публики. Сами по себе сплавы и посещение презентаций, конечно, требуют от аудитории определенного уровня активности, однако скорее в формате потребления впечатления, чем участия в креативном творчестве.

Активные формы участия:

1. Разовые мастер-классы – 40%
2. Творческие мастерские (серия мероприятий по созданию публич-арт объекта или другого художественного проекта) – 38%

### 3. Дискуссии – 15%

Дискуссии включены нами в список активных форматов участия, так как предполагают публичное выражение собственного мнения и аргументации. Эта форма не очень развита в российском контексте, однако является одной из важных для повышения вовлеченности горожан.

Подробное распределение количества и посещаемости событий, предполагающих различный уровень активности и вовлечения аудитории см. в Приложении 6.

«Хотите ли вы снова участвовать в различных художественных практиках после Фестиваля / публик-арт программы «ЧО»?»

Ответ	Процент
Паблик-арт программа «ЧО» вовсе не мотивирует меня участвовать в художественных практиках	2%
Паблик-арт программа «ЧО» скорее не мотивирует меня участвовать в художественных практиках	4%
Затрудняюсь ответить	42%
паблик-арт программа “ЧО” меня мотивирует участвовать в художественных практиках	32%
паблик-арт программа “ЧО” меня очень сильно мотивирует участвовать в художественных практиках	20%

Вопрос вызвал затруднение для многих респондентов (возможно, некорректной была формулировка в профессиональном стиле) – 41% затруднились высказать свое мнение. Значительное число респондентов тем не менее – 52%, подтвердили мотивацию к художественным практикам после посещения Фестиваля.

Определение влияния Фестиваля «ЧО» на интерес к городу, изменение отношения к собственным возможностям самовыражения и интересам

Распределение ответов участников фестиваля на вопрос о том, что нового узнали респонденты после участия в Фестивале, выглядит следующим образом:

- Новое о городе: 32.87%
- Новое о художниках: 15.72%
- Новое о своих возможностях участия: 7.15%

- Ничего: 31.43%

Большая часть опрошенных (68,5%) заявила, что узнала что-то новое из фестиваля. Однако значительная доля (31.5 %) не узнала ничего нового. Только 7,15% респондентов узнали что-то новое о собственных возможностях участия. Среди выделяющихся тем, касающихся города, - история места, городская среда и благоустройство, новые места и городские прогулки.

Более подробно с контент-анализом открытых ответов можно ознакомиться в Приложении 3.

«Изменилось ли Ваше отношение к облику района или Екатеринбурга в результате посещения Фестиваля «ЧО»?

Судя по ответам, большинство жителей домов вблизи арт-объектов (95%) склонны считать, что облик района изменится к лучшему, если в нём появятся ещё арт-объекты паблик-арт программы «ЧО». Таблица с процентным соотношением:

Изменение облика района	Процентное соотношение
Определённо да	77%
Скорее да	18%
Затрудняюсь ответить	4%
Скорее нет	1%
Определенно нет	0%

Такие показатели свидетельствуют о наличии доверия фестивалю паблик-арта, в частности как предпосылки для системного развития паблик-арта.

#### 1.6. Хотели бы вы участвовать в обсуждении тем / идей арт-объектов?

Вовлечение в активное участие в развитии городской среды – один из важнейших шагов к «присвоению» пространства, ответственному к нему отношению, установлению более крепких и долгосрочных связей. Возможность влиять на развитие среды – один из самых важных аспектов привлекательности города для жителей. По этой причине в анкеты был включен вопрос о желании жителей участвовать в обсуждении тем для новых арт-объектов.

Таблица с процентным соотношением ответов на вопрос о желании участвовать в обсуждении тем и идей для паблик-арт объектов:

Желание участвовать в обсуждении тем и идей	Количество ответов	Процентное соотношение
Да, мне было бы интересно принять участие в обсуждении тем или идей объектов	49	81.67%
Да, жители должны обязательно участвовать в выборе тем/ обсуждении тем и идей объектов, которые размещаются в их районах	12	20.00%
Нет. Это дело художников, пусть сами предлагают идеи	8	13.33%
Затрудняюсь ответить	10	16.67%

Большинство опрошенных (81.67%) заинтересованы в участии в обсуждении тем и идей для публич-арт объектов. 20% считают, что жители должны обязательно участвовать в этом процессе. Тем временем, 13.33% считают, что это дело художников, а 16.67% затрудняются ответить.

В интервью художники заявляют, что вовлечение в развитие городской среды через художественные практики значительно повышает привлекательность города для его жителей. Благодаря таким мероприятиям, горожане могут участвовать в создании различных объектов, что способствует их привязанности к месту. "Таким образом горожане присваивают себе город путем взаимодействия. Для них появляются важные точки, что здесь они вместе с семьей, с друзьями приходили, рисовали".

Художники подчёркивают, что взаимодействие с местными жителями помогает не только оживить городскую среду, но и даёт горожанам чувство удовлетворения и участия в городских преобразованиях. Например, создание элементов благоустройства и арт-объектов развивает у людей самостоятельность и чувство ответственности за свой город. "Мне кажется, что через такие практики у людей появляется больше самостоятельности, большей ответственности за то место, в котором они живут".

Это также помогает разрушить барьеры между художниками и зрителями, делая искусство более доступным и понятным для широкой аудитории. Участие в фестивалях и художественных мероприятиях позволяет реализовывать замыслы, которые самостоятельно было бы сложно осуществить из-за финансовых и технических ограничений. "Благодаря таким мероприятиям, где есть финансирование, это более реально", отмечают художники, указывая

на возможность использовать новые технологии и материалы для создания проектов, которые вносят разнообразие и оживление в городскую среду.

Таким образом, результаты опроса и интервью показывают, что вовлечение в развитие городской среды и художественные практики имеет возможность повышать привлекательность города для жителей.

## **Ключевой вопрос 2. «Насколько паблик-арт влияет на повышение привлекательности города для жителей?»**

Инструменты сбора данных:

- анкетирование жителей районов Екатеринбурга с объектами паблик-арта и без них: 166 человек;
- интервью с представителями органов государственной власти: 5 человек;
- интервью с представителями профессионального сообщества (представители туристических агентств): 6 человек.

Половина опрошенных жителей считает, что их отношение к району и городу изменилось после появления арт-объектов, и 78% уверено, что город стал более современным и дружелюбным. Большинство людей склонны считать, что облик района изменится к лучшему, если в нём появятся ещё арт-объекты Фестиваля «ЧО». 30% ответов содержали название главного арт-объекта района ВИЗ – Индустриального младенца. Второе место по узнаваемости занял Портал (20%).

Однако чуть более 20% опрошенных вовсе не знают названий объектов, что говорит о невысоком интересе к объектам.

Определение факта знакомства горожан с арт-объектами

«Знаете ли Вы, как называется арт-объект?»

Процентное соотношение упоминаемых арт-объектов в формате таблицы:

Арт-объект	Количество упоминаний	Процентное соотношение
Индустриальный младенец	15	30.61%
Портал	10	20.41%
Неизвестно	10	20.41%
Прочие	8	16.33%

«Изменится ли к лучшему облик района, если в нем появятся новые паблик-арт объекты?»

Судя по ответам, большинство жителей Екатеринбурга склонны считать, что облик района изменится к лучшему, если в нём появятся ещё арт-объекты паблик-арт программы «ЧО».

Таблица с процентным соотношением:

Изменение облика района	Количество ответов	Процентное соотношение
Определённо да	41	78.85%
Скорее да	10	19.23%
Затрудняюсь ответить	3	5.77%
Скорее нет	1	1.92%

Эти результаты говорят о том, что большинство респондентов считают, что появление новых арт-объектов может положительно повлиять на облик района. То есть принимают паблик-арт как элемент развития городской среды.

Определение уровня лояльности горожан к Фестивалю «ЧО»

Таблица с процентным соотношением важности того, что паблик-арт объекты созданы в рамках Фестиваля «ЧО»:

Важность создания в рамках программы «ЧО»	Количество ответов	Процентное соотношение
Определенно да	17	40.48%
Скорее да	13	30.95%
Затрудняюсь ответить	12	28.57%
Определенно нет	1	2.38%

Большинство респондентов считают, что важно, чтобы паблик-арт объекты создавались в рамках программы Фестиваля «ЧО», причем 40.48% опрошенных считают это определенно важным, а 30.95% скорее важным. Однако 28.57% затрудняются ответить на этот вопрос, а всего 2.38% опрошенных считают, что это не важно. Это свидетельствует о высоком уровне доверия и лояльности аудитории Фестивалю «ЧО».

.Определение влияния объектов, художественных высказываний на отношение к городу и району

Таблица с процентным соотношением ответов по изменению отношения к району и городу после появления арт-объектов Фестиваля «ЧО» или проведения мероприятий паблик-арт программы Фестиваля «ЧО», упорядоченная по убыванию:

Изменение отношения	Количество ответов	Процентное соотношение
Сильно изменилось	5	9.43%
Скорее изменилось	27	50.94%
Затрудняюсь ответить	7	13.21%
Скорее не изменилось	14	26.42%
Совсем не изменилось	6	11.32%

60% опрошенных заявили, что их отношение к району и городу изменилось после появления арт-объектов или проведения мероприятий Фестиваля «ЧО». Эти результаты показывают, что существует влияние Фестиваля на восприятие окружающей среды и городской культуры жителями.

Также, можно привести таблицу со степенью согласия респондентов с рядом утверждений, касающихся вопроса уместности и возможности размещения паблик-арт объектов в городе.

Я думаю, город станет более современным благодаря художникам	46	78%
Городская среда выглядит дружелюбнее, когда в ней располагаются арт-объекты	46	78%
Арт-объекты делают интересными места в городе, о которых раньше я и не знал	40	68%
Мне нравится, что горожане принимают участие в создании объектов	33	56%
Я думаю, городская скульптура должна быть традиционной	6	10%
Паблик-арт смотрится в Екатеринбурге инородно и мешает городской среде	0	0%

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

Паблик-арт имеет заметное влияние на привлекательность города для жителей: половина опрошенных отметила изменение отношения к району и городу после появления арт-объектов, 78% считают, что город стал более современным и дружелюбным. Самым популярным районом стал ВИЗ с главным арт-объектом – Индустриальным младенцем, а большинство респондентов считают создание паблик-арт объектов в рамках программы «ЧО» важным, что указывает на положительное восприятие фестиваля. 60% опрошенных заявили об изменении отношения к району и городу после мероприятий программы «ЧО», и более 90% жителей вблизи арт-объектов уверены, что облик района улучшится с появлением новых арт-объектов, что делает город более современным, дружелюбным и интересным.

Показательно также разделение предложенных респондентами тем / идей для новых арт-объектов:

Культура и история Урала, История Екатеринбурга, его районов и людей	35%
Экология и роль человека в экологии. Природа в городской среде	18%
Современные события и проблемы	29%
Чувства и переживания человека	18%

Больше всего предложенных тем относятся к проблематике истории города, региона, районов, значимых городских объектов – 35%. Также важную роль играют темы, связанные с современной проблематикой, что типично для паблик-арт в целом – 29%. Вопросы природы/экологии и чувств человека представлены 18%. Важно заметить, что некоторые респонденты предлагали темы из разных кластеров в рамках одного ответа. В этой ситуации учитывались именно различные темы, а не ответ целиком.

Интервью с представителями администрации и экспертами из сферы туризма – аспект художественных практик и вовлечение горожан в развитие городской среды

Паблик-арт объекты оказывает заметное влияние на повышение привлекательности города для жителей, о чем свидетельствуют мнения респондентов из администрации и сферы туризма.

Респонденты из администрации подчеркивают важность наполнения городской среды смыслом и создания чувства сопричастности у жителей: «С точки зрения преимущества



паблик-арта главный плюс – это наполнение территории смыслами или раскрытие имеющихся. Смыслы усиливают (или создают) сопричастность людей к пространству».

Особенно ценно, что мнения людей о вновь установленных объектах современного искусства могут быть различными и это повод для диалога: «Через опросник заранее не получится химии. Но когда арт-объекты появляются, конечно же мнения людей разделены».

Респонденты из сферы туризма акцентируют внимание на эмоциональную реакцию людей на арт-объекты и их способность вызывать вопросы и желание разобраться: «Интересно было увидеть обратную связь, какие объекты у людей вызвали эмоции, это совсем не совпадало с тем, что мне казалось бы логичным». Арт-объекты, такие как «Индустриальный младенец», провоцируют рефлексии и создают новое восприятие городской среды: «Когда появляется образ, который задает несколько иное измерение – смотреть чисто на завод и на несколько исторических объектов не всегда интересно, Индустриальный младенец же провоцирует сознание».

Как и любой проект современного искусства паблик-арт объекты не могут нравиться всем горожанам и туристам. Эксперты туристической отрасли выражают готовность работать с разными мнениями и использовать их во благо при формировании нового туристического или культурного продукта: «Отзывы негативные я тоже слышал, но тут надо просто работать с аудиторией нам, экскурсоводам, чтобы мы давали свои версии, какие ассоциации у нас это порождает. Может быть, граждане нам еще и помогут своими идеями». Таким образом, вовлечение в развитие городской среды через художественные практики не только увеличивает привлекательность города, но и способствует активному участию горожан в его культурной жизни, создавая пространство для диалога и обмена идеями.

### **Ключевой вопрос 3. Насколько Фестиваль и практика паблик-арта влияют на туристический бренд города?**

Инструменты сбора данных:

- интервью с представителями органов государственной власти: 5 человек;
- интервью с представителями профессионального сообщества (представители туристических агентств Таганрога, экскурсоводы): 6 человек.

Вместе с организаторами Фестиваля было выдвинуто предположение, что паблик-арт объекты в неожиданных местах в городе и большие культурные события влияют на туристическую привлекательность. Для этого были проведены интервью представителей туристической отрасли и администрации города.

Респонденты из администрации подчеркивают важность подобных проектов для коммуникации за пределами региона: «Фестивали помогают привлечь внимание к городу на российском и даже на международном уровне». Они также отмечают и проявление Екатеринбурга в культурном контексте России за счет творческих активностей: «Все, что

связано с деятельностью в сфере культуры, безусловно наносит город на культурную карту страны». Кроме того, фестивали, обладающие ярко выраженной региональной идентичностью, способствуют созданию эмоциональной привязанности и объединяют жителей: «На уровне эмоций, ощущения на кончиках пальцев, такие фестивали очень уральские, работа с идентичностью прослеживается и объединяет». Респонденты также указывают на интеграцию арт-объектов в туристическое пространство Екатеринбурга: «Арт-объекты так или иначе становятся частью туристической карты города, достопримечательностью».

Респонденты из сферы туризма отмечают, что паблик-арт объекты становятся важными остановками на туристических маршрутах, создавая ключевые точки интереса: «В рамках экскурсий паблик-арт – это просто идеальная история, чтобы быть какой-то точкой отсчета, каким-то якорем». Удачный брендинг фестиваля, как в случае с фестивалем «ЧО», способствует привлечению внимания и подчеркивает культурные особенности региона: «Действительно гениальная идея была назвать фестиваль «ЧО», потому что всегда есть возможность поговорить об Уральском Говоре».

Екатеринбург, как крупный региональный центр современного искусства, укрепляет свой туристический бренд через паблик-арт: «Екатеринбург – крупнейший региональный центр, который работает с современным искусством, это бренд». Объекты паблик-арт программы «ЧО» привлекли внимание на федеральном уровне: «Объекты паблик-арт-программы ЧО попадали в федеральную повестку, чем благоприятно влияли на туристический бренд города, потому что создавались объекты достаточно сложные, дискуссионные».

Однако, респонденты также указывают на необходимость улучшения туристической инфраструктуры, чтобы сделать арт-объекты более доступными: «Нет чек-поинтов, продающих и отдающих наследие города – редкая птица долетит до ваших арт-объектов, только интересующиеся самостоятельно себе такси вызовут на Младенца посмотреть». Несмотря на это, стрит-арт и паблик-арт остаются значимыми привлекательными аспектами города: «В Екатеринбург едут часто именно на стрит-арт, паблик-арт, так оно и есть».

#### Влияние ЧО на развитие туризма и досуга в Екатеринбурге

Городские власти и эксперты из области туризма сходятся во мнении, что появление арт-объектов увеличило число туристов в Екатеринбурге. Вовлечение горожан в создание артефактов и участие в публичных мероприятиях является одной из основных задач организаторов, включая администрацию города. Вовлекающие практики Фестиваля «ЧО» являются частью более широкого тренда на вовлечение и ответственное участие горожан в развитии среды. В ходе проведенных интервью с работниками туристической отрасли респонденты отмечали, что «в рамках экскурсий паблик-арт – это просто идеальная история, чтобы быть какой-то точкой отсчета, каким-то якорем».

Изменения в экскурсионных маршрутах и путеводителях по городу в связи с деятельностью паблик-арт программы «ЧО»

Паблик-арт объекты Фестиваля «ЧО» расположены преимущественно в периферийных районах. Хотя экскурсоводы стараются включать арт-объекты в список достопримечательностей и посещать их по пути к другим местам, существуют определенные сложности с организацией специализированных маршрутов по паблик-арту. Также, специалисты из области туризма отмечают, что для включения объектов в городские маршруты, нужно быть уверенными, что объекты будут существовать определенное время. А с произведениями современного искусства пока сложно прогнозировать долгосрочность, и неясна позиция муниципалитета на этот счет. В то время как маршруты экскурсий стремятся создавать на несколько лет вперед. Представитель сферы туризма подчеркивает, что «нет пока очень важного компонента – внятной, проговоренной позиции наших органов», что объясняет риски включения арт-объектов в экскурсионную программу на долгосрочной основе.

Таким образом, можно сказать, что в определенной степени Фестиваль «ЧО» и практика паблик-арта оказывают заметное влияние на туристический бренд города. Администрация подчеркивает, что такие фестивали помогают привлечь внимание к Екатеринбургу на российском и международном уровне и включают город в культурный контекст России. Фестивали с ярко выраженной региональной идентичностью создают эмоциональную привязанность и объединяют жителей, а арт-объекты становятся частью туристической карты города. Екатеринбург укрепляет свой туристический бренд как центр современного искусства, привлекая внимание к объектам Фестиваля «ЧО» на федеральном уровне. Однако существует необходимость улучшения туристической инфраструктуры для повышения доступности арт-объектов. Вовлечение горожан в создание артефактов и участие в публичных мероприятиях, как часть тренда на ответственное участие в развитии городской среды, также увеличило число туристов в Екатеринбурге. Несмотря на трудности с организацией специализированных маршрутов по паблик-арту из-за нестабильности объектов и неясности позиции муниципалитета, экскурсоводы стараются включать их в список достопримечательностей.

#### **Ключевой вопрос 4. Насколько Фестиваль влияет на формирование культуры паблик-арта в регионе?**

Инструменты сбора данных:

- анкетирование посетителей Фестиваля: 158 человек.
- интервью с представителями органов государственной власти: 5 человек;
- интервью с представителями профессионального сообщества (представители туристических агентств): 6 человек.
- интервью с художниками паблик-арт – участниками прошлых сезонов Фестиваля: 6 человек.

Исследование показало, что Фестиваль «ЧО» оказывает определенное влияние на формирование культуры паблик-арта в регионе, способствуя культурному и социальному развитию городов. Респонденты из администрации города, туристической отрасли и

художественной среды — подчеркивают важность таких мероприятий для интеграции искусства в городскую среду и для повышения культурного статуса городов.

Художники отмечают важность совместной работы с горожанами над созданием арт-объектов:

«...это полезная практика для всех, она немножечко заземляет художника, потому что результат становится не такой великолепный, как он ожидает, когда делает это всё сам ... С другой стороны ... это важная история для горожан, потому что вот таким образом горожане присваивают себе город просто как бы путем взаимодействия. ...И мне кажется, что это очень классно налаживает коммуникацию между сообществами, которые обычно далеко и на расстоянии друг от друга, типа, зритель и художник...»

Для самих художников участие в таких проектах важно для коммуникации с аудиторией: "Это связь с реальностью, с своим конечным зрителем, чтобы не быть от этого оторваны, примерно понимать, кто мой зритель, как он отреагирует". Таким образом, взаимодействие с непрофессиональными участниками и местными жителями не только обогащает художественную практику, но и способствует созданию более живой и насыщенной культурной среды в городе, что в конечном итоге делает его более привлекательным для всех жителей (см. Ключевой оценочный вопрос 1).

Респонденты из администрации отмечают, что «интеграция паблик-арта положительно повлияла на Пермь, а также для территории в Выксе». Это подчеркивает, что в сознании стейкхолдеров Фестиваль «ЧО» соотносится с ведущими российскими практиками и тенденции по развитию паблик-арта как части городской культуры. Важным аспектом является и образовательная составляющая, что подтверждает цитата: «Проект добился узнаваемости определенной. И также здорово, что в нем есть и образовательная составляющая».

Кроме того, представители администрации отмечают, что Фестивали усиливают культурное влияние других форматов: «Случается порой синергия с другими брендами или культурными событиями.»

Респонденты из сферы туризма акцентируют внимание на том, что фестивали паблик-арта заставляют людей по-новому взглянуть на окружающую среду, раскрывая в искусстве несколько уровней смысла: «Нравится в этих объектах, которые заставляют человека встрепенуться на то, что его окружает. И увидеть не просто декоративный момент, который нравится или не нравится, но и второй, третий смысл». Они также подчеркивают важность таких фестивалей для Екатеринбурга, отмечая, что «фестиваль – одна из важных историй, которой очень сильно не хватало Екатеринбургу, потому что не было такой площадки, институции длительное время».

Фестиваль «ЧО», по мнению респондентов, формируют повестку развития искусства в городе, делая Екатеринбург в определенной степени трендсеттером: «Создатели паблик-арта формируют повестку развития искусства в нашей городской среде. И Екатеринбург

эволюционирует, он не является провинциальным городом, он столичный, сам задает тенденции, некую моду».

Респонденты из Администрации понимают важность и роль паблик-арта в формировании бренда территории: «Мы в первых рядах, работы очень достойные. Они явно непроходные, вполне могут конкурировать с работами где-нибудь в европейских и западных странах, в Азии».

Ценность паблик-арт объектов Фестиваля «ЧО» также состоит в том, что они посвящены не только сегодняшним актуальным проблемам: «Надеюсь, что наше сотрудничество продолжится, потому что именно через такие объекты, как Портал – смысловой переход между прошлым и будущим, хотелось бы, чтобы мы формировали модель будущего, и потихонечку туда двигались».

#### Взаимодействие с государственными организациями

Респонденты из администрации подчеркивают необходимость актуализации работы по созданию памятников и других видов городского оформления: «Необходимо работать с городскими органами, которые инициируют создание памятников, традиционных видов монументального искусства, это позволит создавать объекты в современном виде». Уровень понимания в области управления культурой и готовность к сотрудничеству также играют ключевую роль в поддержке паблик-арта: «У нас прогрессивное управление культурой, которое всегда идет на коллаборации с муниципальными проектами».

Представители администрации подчеркивали важность интеграции инициатив в муниципальную систему: «Частные инициативы, тем более креативные, вообще не понимают, как действовать в поле муниципалитета, что нужно делать с кем согласовывать, и мы решили возглавить это движение», «Администрация в последнее время очень лояльно относится к такого рода инициативам». Подготовленность городской инфраструктуры и поддержка со стороны администрации также являются важными факторами для привлечения ресурсов и финансирования: «По правилам, под проекты чаще появляются деньги, ресурсы, когда высока определенная готовность городской ткани их принять, и паблик-арт этому способствует». Таким образом можно сказать, что среди стейкхолдеров сформировано определенное понимание возможностей и ценности работы с паблик-арт объектами для развития городской среды.

С другой стороны, респонденты из сферы туризма отмечают недостаток четкой позиции со стороны властей: «Нет пока очень важного компонента – внятной, проговоренной позиции наших органов». Респонденты сравнивают позицию властей Екатеринбурга относительно паблик-арт объектов с более активной и поддерживающей позицией администрации Перми: «В Перми на уровне городских властей консенсус достигнут свыше 10 лет назад, все точно знают, что буквы „Счастье не за горами“ будут стоять и реставрироваться, потому что это несомненно абсолютный бренд и узнаваемый знак города».

Респонденты также понимают возможности современного искусства как инструмента диалога, который может способствовать более эффективному взаимодействию между жителями и властями: «Современное искусство может проблему сформулировать художественным образом, например, помочь донести до городской администрации, властей города в корректной форме, без всяких открытых столкновений, но проблему жителей, что она для них острая, как например стройка в парке».

Также респонденты из туристической отрасли подчеркивают необходимость интеграции паблик-арт объектов в более доступной информации для туристов, как в печатном, так и в электронном виде: «У меня есть путеводитель от администрации, но в основном все сейчас в электронном виде и в агрегаторах типа Трипстера».

Таким образом, можно утверждать, что Фестиваль «ЧО» оказывает заметное влияние на формирование культуры паблик-арта в регионе. Представители туризма подчеркивают, что фестивали побуждают людей по-новому взглянуть на окружающую среду, раскрывая в искусстве несколько уровней смысла, и отмечают важность таких фестивалей для Екатеринбурга, где долгое время не было подобной институции. Администрация также подчеркивает необходимость сотрудничества с городскими органами для создания современного городского художественного облика и интеграции частных инициатив в муниципальную систему, что способствует привлечению ресурсов и финансирования. Между степенью вовлечения в программу фестиваля и мотивацией участвовать наблюдается слабая корреляция, что указывает на то, что важен сам факт участия, а не его степень.

#### **Ключевой вопрос 5. Насколько результативно реализован проект при поддержке ПФКИ?**

##### **Цель проекта:**

популяризация уральской идентичности и развитие локального и микролокального патриотизма

##### **Задачи проекта:**

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

### Инструменты сбора данных:

- анкетирование посетителей Фестиваля: 158 человек;
- анкетирование жителей районов Екатеринбурга с объектами паблик-арта и без них: 166 человек;
- интервью с представителями органов государственной власти: 5 человек;
- интервью с представителями профессионального сообщества (представители туристических агентств Таганрога, экскурсоводы): 6 человек;
- интервью с представителями художественного сообщества: 6 человек.
- данные о посещаемости форматов разных типов во все сезоны Фестиваля.

Насколько ключевой результат проекта (соответствующий поставленной цели) устойчив?

«Как бы вы хотели участвовать в мероприятиях и проектах паблик-арт программы «ЧО» в этом году?»

хочу посетить экскурсии, прогулки, сплавы	84%
хочу посетить лекции, презентации, артист-токи	56%
хочу видеть/смотреть на паблик-арт объекты	48%
хочу принять участие в разовых мастер-классах	40%
хочу принять участие в творческих мастерских (серия мероприятий по созданию паблик-арт объекта или другого художественного проекта)	38%
хочу участвовать в дискуссиях	15%

Распределение ответа на вопрос, большая часть участников прошлого Фестиваля выражает готовность участвовать в Фестивале будущего года. Следовательно, фестиваль опирается на устойчивые установки у участников в отношении участия в паблик-арте.

Таблица форматов событий и посещаемости Фестиваля сезонов 2021 – 2023 гг. (см. Приложение 6) показывает постепенный рост событий/форматов для разных типов участия – от пассивных (с захватом больших объемов потоковой публики в значимых общественных пространствах города) до активных, связанных с самостоятельным и ответственным творческим участием в художественных проектах и развитии городской среды.

Таблица с процентным соотношением ответов на вопрос о желании участвовать в обсуждении тем и идей для паблик-арт объектов:

Желание участвовать в обсуждении тем и идей	Количество ответов	Процентное соотношение
Да, мне было бы интересно принять участие в обсуждении тем или идей объектов	49	81.67%
Да, жители должны обязательно участвовать в выборе тем/ обсуждении тем и идей объектов, которые размещаются в их районах	12	20.00%
Нет. Это дело художников, пусть сами предлагают идеи	8	13.33%
Затрудняюсь ответить	10	16.67%

Большинство опрошенных (81.67%) заинтересованы в участии в обсуждении тем и идей для публичных объектов. 20% считают, что жители должны обязательно участвовать в этом процессе. Тем временем, 13.33% считают, что это дело художников, а 16.67% затрудняются ответить.

В интервью художники отмечают, что участие в фестивалях развивает локальный патриотизм и популяризирует уральскую идентичность. Такие мероприятия помогают горожанам ощущать себя частью городской среды и создавать значимые для себя объекты искусства. Художники говорят: "Для них появляются важные точки, что здесь они вместе с семьей, с друзьями приходили, рисовали". Это способствует налаживанию коммуникации между различными сообществами и укрепляет чувство ответственности за окружающее пространство.

Идеи для арт-объектов, направленных на узнавание города и лояльность к фестивалю, могут включать символы региональной идентичности и элементы индустриального наследия, которые играют ключевую роль в формировании уральского характера. Например, использование местных материалов и изображений, отражающих историю и культуру региона, может стать важным аспектом в создании таких объектов. Одним из примеров может быть Индустриальный младенец, установленная в карьере, символизирующая рождение и развитие уральской индустриальности.

Для художников тема региональной идентичности особенно значима. Они считают, что необходимо активно говорить о своем регионе и подчеркивать его уникальность. Вовлечение в создание арт-объектов помогает людям больше ценить свое окружение и формирует сильное чувство принадлежности к своему городу. Художники утверждают, что "через такие практики у людей появляется больше самостоятельности, большей ответственности за то место, в котором они живут", что, в конечном итоге, делает жизнь в городе более насыщенной и интересной.



В отличие от стандартных украшений фасадов, эти фестивали фокусируются на более художественном и исследовательском подходе к работе с городским пространством, рассказывая истории улиц и домов. Как отмечается в интервью: «Этот подход помогает углубить понимание горожанами своего окружения и создает более значимые и глубокие связи с местом, где они живут».

Подавляющее большинство посетителей Фестиваля «ЧО» выразили намерение посетить программу в будущем, в связи с чем цели, поставленные перед проектом, можно считать выполненными, а поддержку – результативной. Свыше 80% хотят участвовать в обсуждении и выборе тем для будущих арт-проектов.

Со слов представителей власти, департамент архитектуры и другие городские структуры активно поддерживали Фестиваль, благодаря чему удалось согласовать и реализовать несколько объектов публичного искусства. Существует практика обсуждения местной повестки с жителями города, которая стала одним из главных объектов внимания и привлекает широкий интерес горожан всех возрастов.

Участие в проекте при поддержке ПФКИ может содействовать расширению культурных возможностей города и росту качества жизни его жителей, а также повысить уровень доверия к проекту со стороны общественности и других заинтересованных сторон.

## Приложение 1. Анкеты опросов

Анкета для жителей города, кто живёт рядом с арт-объектом

Анкета предлагается респондентам по месту проживания, где рядом точно есть арт-объект

1. Знаете ли Вы, что рядом с Вашим домом располагается арт-объект, созданный на фестивале «ЧО»?
  - Да, хорошо знаю
  - Да, что-то слышал(а)
  - Нет, слышу сейчас впервые
2. Изменилось ли Ваше отношение к своему району и городу после проведения фестиваля «ЧО» и появления арт-объектов?
  - Сильно изменилось
  - Скорее изменилось
  - Затрудняюсь ответить
  - Скорее не изменилось
  - Совсем не изменилось
3. Стали ли бы Вы воспринимать свой район более позитивно после установки арт-объекта?
  - Определённо да
  - Скорее да
  - Затрудняюсь ответить
  - Скорее нет
  - Определённо нет
4. Что нового Вы узнали о своём районе после проведения фестиваля? Изменилось ли Ваше отношение к району?
  - [Ответ в свободной форме]
5. Как Вам кажется, изменится ли район в лучшую сторону, если в нём появятся ещё арт-объекты?
  - Определённо да
  - Скорее да
  - Затрудняюсь ответить
  - Скорее нет
  - Определённо нет
6. Какой тематике могли бы быть посвящены новые арт-объекты?  
(открытый вопрос)

Анкета для посетителей фестиваля

1. Проживаете ли Вы в Свердловской области на постоянной основе?
  - Да
  - Нет

2. Хотели бы Вы посетить мероприятия паблик-арт программы в будущем?

- Определённо да
- Скорее да
- Затрудняюсь ответить
- Скорее нет
- Определённо нет

3. Как вы участвуете в Фестивале в этом году? (множественный выбор)

- слушаю открытую программу (лекции и презентации)
- участвую в обсуждениях
- участвую в мастер-классах
- хожу на экскурсии
- смотрю на арт-объекты
- другое:

4. Как бы вы хотели участвовать в Фестивале в следующем году? (множественный выбор)

- слушать открытую программу (лекции и презентации)
- участвовать в обсуждениях
- участвовать в мастер-классах
- ходить на экскурсии
- смотреть на арт-объекты
- создавать и придумывать арт-объекты
- другое:

5. Мотивирует ли Фестиваль участвовать в художественных практиках? (одиночный выбор)

- Сильно мотивирует
- Скорее мотивирует
- Затрудняюсь ответить
- Скорее не мотивирует
- Совсем не мотивирует

6. Что нового Вы узнали на Фестивале? Изменилось ли Ваше отношение к чему-либо в результате посещения? Начали ли Вы что-то делать новое или по-другому?

- [Ответ в свободной форме]

7. Укажите Ваш пол:

- Мужской
- Женский

8. Укажите Ваш возраст:

- Моложе 18 лет
- 8-10 лет
- 12-15 лет
- 15-18 лет
- 18-25 лет
- 26-35 лет
- 36-45 лет
- 46-55 лет
- 56-65 лет
- Старше 65 лет

## **Приложение 2. Гайды интервью**

### **Гайд интервью со стейкхолдерами**

Представители городской администрации и партнеры проекта, команда Фестиваля, отвечающая за коммуникацию с ними, рекрут информантов осуществляется по имеющимся каналам коммуникации

### **Гайд интервью с художниками – участниками прошедших сезонов Фестиваля**

Знакомство

Добрый день, меня зовут ... Вместе я провожу исследование о фестивале ЧО. Я хочу поблагодарить Вас за то, что выделили время для нашей беседы.

Наша беседа будет записываться для последующего анализа. Материалы будут использоваться только в обобщённом и обезличенном виде. Вы не против, если я буду вести запись?

Восприятие практик Фестиваля в профессиональном сообществе

Как Вам кажется, как российское художественное сообщество воспринимает практики Фестиваля? Воспринимают ли их как ценные? В чем именно эта ценность? Чем обусловлено такое восприятие?

Влияние фестиваля на работу художников

Как вы считаете, повлиял ли опыт обсуждения с жителями и партнерами на работу художников? Какие именно аспекты работы художников изменились?

Сколько художников вы заметили, которые изменили свои подходы в работе с публичными пространствами после таких обсуждений?

Тиражируемость практик фестиваля

Принимают ли команда и партнёры фестиваля участия в профессиональных мероприятиях для художников? В каких? Сколько раз?

Насколько тиражируемыми оказались практики Фестиваля? Проводились ли консультации о распространении практики в других местах, и какие они дали результаты?

Влияние фестиваля на развитие паблик-арта

Какое значение имеет Фестиваль для развития практик паблик-арта в городе? Какие проекты появляются в результате? Какие проекты были реализованы с властями, бизнесом и творческим сообществом? В чем было их влияние на сообщества художников? На местных жителей? На город в целом?

Завершение

Благодарю Вас за Ваше время и интересный разговор. Его результаты будут использоваться для ...

**Гайд интервью с представителями администрации**

Знакомство

Добрый день, меня зовут ... Вместе я провожу исследование о фестивале ЧО. Я хочу поблагодарить Вас за то, что выделили время для нашей беседы.

Наша беседа будет записываться для последующего анализа. Материалы будут использоваться только в обобщённом и обезличенном виде. Вы не против, если я буду вести запись?

Восприятие практик Фестиваля среди представителей ОГВ

Давайте поговорим о паблик-арте. Как вы знаете, в Екатеринбурге проходит фестиваль паблик-арта «Чо». Слышали ли Вы о нём?

Как Вы считаете, отличается ли паблик-арт от более привычных художественных практик вроде скульптуры? Чем именно? Составляют ли эти особенности преимущество паблик-арта перед другими практиками?

Знаете ли Вы о похожих фестивалях паблик-арта в других городах? Помогает ли фестиваль привлечь внимание к городу?

Как Вам кажется, практики Фестиваля являются частью городской культуры? Почему Вы так считаете?

Влияние фестиваля на вовлечение горожан

Какое значение имеет Фестиваль для вовлечения жителей в обсуждение местной повестки? Насколько важно вовлечение жителей в целом? Насколько это важно для города обсуждения в рамках Фестиваля?

Знаете ли вы о каких-либо проектах в рамках Фестиваля, в которых участвовали представители власти?

Какие заинтересованные стороны было бы полезно вовлекать в обсуждения паблик-арта? Какие городские сообщества?

Завершение

Благодарю Вас за Ваше время и интересный разговор. Его результаты будут использоваться для ...

**Гайд интервью с экспертами туристической отрасли**

Знакомство

Добрый день, меня зовут ... Вместе я провожу исследование о фестивале ЧО. Я хочу поблагодарить Вас за то, что выделили время для нашей беседы.

Наша беседа будет записываться для последующего анализа. Материалы будут использоваться только в обобщённом и обезличенном виде. Вы не против, если я буду вести запись?

Фокусировка

Расскажите, пожалуйста, о себе. Чем вы занимаетесь большую часть своего времени?

Как Ваша деятельность связана с туристической отраслью?

Слышали ли Вы про фестиваль ЧО? Что бы Вы могли сказать о его влиянии на местный туризм? В чем конкретно оно заключается?

Типология туристов – посетителей фестиваля

Сколько туристов, посетили Фестиваль в последние годы? Были ли заметные изменения в этом показателе?

Можете ли вы описать типы туристов, посещающих Фестиваль? Как они приезжают в город: индивидуально, с друзьями или семьёй, туром? Есть ли разница в посещении фестиваля разными типами туристов?

Профессиональные мероприятия и фестиваль

Часто ли профессиональные мероприятия в городе включают Фестиваль ЧО в свою культурную программу? Какие организаторы делают это чаще? Как Вам кажется, почему так происходит?

Экскурсионные маршруты и арт-объекты

Как Вам кажется, происходили ли изменения в экскурсионных маршрутах и путеводителях по городу? Если да, то какие?

Стали ли чаще экскурсии и путеводители включать в себя посещение фестиваля или его арт-объектов? Какую долю они составляют?

Завершение

Благодарю Вас за Ваше время и интересный разговор. Его результаты будут использоваться для ...

### Приложение 3. Контент-анализ открытых ответов на вопрос о том, что новое о фестивале узнали респонденты

#### Категория 1: Новое о городе

- Узнали, что есть арт-объекты в районе: 2 (2.86%)
- История места: 4 (5.71%)
- О новых местах в городе: 2 (2.86%)
- О городской среде и её украшении: 4 (5.71%)
- О том, как арт-объекты могут влиять на облик города: 1 (1.43%)
- О прошлом завода Калинина: 1 (1.43%)
- О прогулках и изменении восприятия города: 2 (2.86%)
- О разнообразии творческих людей в городе: 1 (1.43%)
- О культурной среде города: 1 (1.43%)
- О пространствах для прогулок и природных местах: 1 (1.43%)
- Затрудняюсь ответить: 4 (5.71%)

Итого: 23 (32.87%)

#### Категория 2: Новое о художниках

- Информация о компаниях и персоналиях: 3 (4.29%)
- О современных художниках и их работах: 6 (8.57%)
- О живописи лесных пожаров через арт: 1 (1.43%)
- О художественных проектах в других городах: 1 (1.43%)

Итого: 11 (15.72%)

#### Категория 3: Новое о своих возможностях участия

- Узнали о проекте и участии детей: 1 (1.43%)
- О вовлеченности горожан в культурные проекты: 2 (2.86%)



- О привлечении молодежи к культурным проектам: 1 (1.43%)
- О возможности познакомиться с современным искусством: 1 (1.43%)

Итого: 5 (7.15%)

Категория "Ничего"

- Ничего: 22 (31.43%)

Итак, распределение тем по категориям выглядит следующим образом:

- Новое о городе: 32.87%
- Новое о художниках: 15.72%
- Новое о своих возможностях участия: 7.15%
- Ничего: 31.43%

На основании отзывов о паблик-арт программе «ЧО», можно выделить несколько ключевых аспектов, которые привлекли внимание участников и внесли новые знания и впечатления в их жизнь:

1. Новые знания о городе и регионе:

- Программа помогла людям открыть новые места в Екатеринбурге и Свердловской области, которые они ранее не посещали.
- Участники узнали больше об истории реки Исеть и о культурном наследии региона, таком как домовая роспись в Синячихе.

2. Знакомство с современным искусством:

- Программа познакомила горожан с современными художниками Екатеринбурга и их творчеством.
- Участники получили возможность узнать о новых именах в искусстве и современном искусстве в целом.

3. Эстетика городской среды:

- Многие отметили, что благодаря программе они увидели город, с другой стороны, осознали красоту в повседневных вещах и узнали, как арт-объекты могут органично вписываться в городскую среду, улучшая её.

- Примеры таких объектов включают Цветок на Тальковом камне и Индустриального младенца.

#### 4. Креативность и сообщество:

- Программа «ЧО» продемонстрировала, что в Екатеринбурге живут талантливые и креативные люди, что вызывает гордость у горожан.
- Участники ценят возможность участия в творческом процессе и общения с людьми искусства, включая участие детей в таких проектах.

#### 5. Уникальные проекты и мероприятия:

- В рамках программы проводились интересные проекты, такие как сплав по реке Исеть и создание метавселенной «ЧО».
- Участники участвовали в выездных экскурсиях, лабораториях и других мероприятиях, которые позволили им по-новому взглянуть на знакомые места, такие как Уралмаш.

#### 6. Эмоциональная связь с городом:

- Программа укрепила эмоциональную связь жителей с городом, показывая, что город может "разговаривать" с ними через искусство и креативные инициативы.
- Обобщая отзывы, можно сказать, что программа показала, как можно быть глубоко вовлечённым в жизнь города и выразить свою любовь к нему через различные формы искусства.

Эти аспекты подчеркивают значимость программы «ЧО» в создании культурного и креативного пространства в Екатеринбурге, способствующего развитию современного искусства и укреплению связи жителей с их городом.

Приложение 4. Таблица кодирования для интервью

В прошедших интервью наблюдается следующее распределение тем:	Респонденты из администрации – 5 чел.	Респонденты из сферы туризма – 6 чел.
Туристический имидж	<p>«Фестивали помогают привлечь внимание к городу на Российском и даже на международном уровне»</p> <p>«Все, что связано с деятельностью в сфере культуры, безусловно наносит город на культурную карту страны»</p> <p>«На уровне эмоций, ощущения на кончиках пальцев, такие фестивали очень уральские, работа с идентичностью прослеживается и объединяет»</p> <p>«Арт-объекты так или иначе становятся частью туристической карты города, достопримечательностью»</p>	<p>«В рамках экскурсий паблик-арт – это просто идеальная история, чтобы быть какой-то точкой отсчета, каким-то якорем»</p> <p>«Действительно гениальная идея была назвать фестиваль «ЧО», потому что всегда есть возможность поговорить об Уральском Говоре»</p> <p>«Екатеринбург – крупнейший региональный центр, который работает с современным искусством, это бренд»</p> <p>«Объекты паблик-арт-программы ЧО попадали в федеральную повестку, чем благоприятно влияли на туристический бренд города, потому что создавались объекты достаточно сложные, дискуссионные»</p> <p>«Нет чек-поинтов, продающих и отдающих наследие города – редкая птица долетит до ваших арт-объектов, только интересующиеся самостоятельно себе такси</p>

		<p>вызовут на Младенца посмотреть»</p> <p>«В Екатеринбург едут часто именно на стрит-арт, паблик-арт, так оно и есть»</p>
<p>Интеграция паблик-арта в городскую среду</p>	<p>«Размещение любого произведения в городской среде должно учитывать особенности территории и создание городского искусства с учетом времени»</p> <p>«Не все современное искусство понимают, не все воспринимают. Та же Индустриальный младенец некоторым вообще не понятна, наводит на размышления»</p> <p>«Идеи современного искусства недоступны порой большинству людей, поэтому необходима помощь медиаторов»</p> <p>«Арт-объекты формируют нашу текущую идентичность, подсвечивают уральский характер»</p>	<p>«Медведь Бартневский уже такой уставший, и не только он, то есть надо или поддерживать состояние, или наоборот убирать, чтобы в памяти они остались как яркое событие, но не мозолили глаз»</p> <p>«Сейчас в стадии черновика, но скоро уже должен появиться путеводитель по индустриальному наследию Екатеринбурга, но арт-объекты в него не включить – неизвестно, сколько простоят»</p> <p>«Туризм распространяется вне центра города, кто-то знакомится с разными районами города с помощью паблик-арта, не думаю, что кто-то на юго-запад поехал бы просто так, лично для меня паблик-арт программа ЧО открыла автобусные маршруты»</p> <p>«В путеводителях глобально упоминается стрит-арт, и паблик-арт-программа «ЧО», и Стенография, и</p>

		<p>нелегальное уличное искусство – это бренд»</p> <p>«Мы любим современное искусство, но оно должно быть в правильном месте. Вот если Индустриальный младенец 100% попадание в среду, то Цветок на Тальковом камне в 100% не попадает»</p>
<p>Взаимодействие индустрии с организациями</p>	<p>арт-гос.</p> <p>«Необходимо работать с городскими органами, которые инициируют создание памятников, традиционных видов монументального искусства, это позволит создавать объекты в современном виде»</p> <p>«У нас прогрессивное управление культурой, которое всегда идет на коллаборации с муниципальными проектами»</p> <p>«Частные инициативы, тем более креативные, вообще не понимают, как действовать в поле муниципалитета, что нужно делать с кем согласовывать, и мы решили возглавить это движение»</p> <p>«Администрация в последнее время очень</p>	<p>«Нет пока очень важного компонента – внятной, проговоренной позиции наших органов»</p> <p>«В Перми на уровне городских властей консенсус достигнут свыше 10 лет назад, все точно знают, что буквы «Счастье не за горами» будут стоять и реставрироваться, потому что это несомненно абсолютный бренд и узнаваемый знак города»</p> <p>«У меня есть путеводитель от администрации, но в основном все сейчас в электронном виде и в агрегаторах типа Трипстера»</p> <p>«Современное искусство может проблему сформулировать художественным образом, например, помочь донести до городской администрации властей города в корректной</p>

	<p>лояльно относится к такого рода инициативам»</p> <p>«По правилам, под проекты чаще появляются деньги, ресурсы, когда высока определенная готовность городской ткани их принять, и паблик-арт этому способствует»</p>	<p>форме, без всяких открытых столкновений, но проблему жителей, что она для них острая, как например стройка в парке»</p>
<p>Развитие культуры паблик-арта</p>	<p>«Интеграция паблик-арта положительно повлияла на Пермь, а также для территории в Выксе. Один из первых и любимых проектов – Никола-Ленивец»</p> <p>«Проект добился узнаваемости определенной. И также здорово, что в нем есть и образовательная составляющая»</p> <p>«Случается порой синергия с другими брендами или культурными событиями. Поэтому, конечно, любая движуха дает круги по воде»</p> <p>«Индустриальный младенец или памятник глине у ГЭС-2 – штука уже на другом уровне пирамиды Маслоу. Мы пока не готовы еще к тому, чтобы представить публике такие смелые формы творческие»</p>	<p>«Нравится в этих объектах, которые заставляют человека встрепенуться на то, что его окружает. И увидеть не просто декоративный момент, который нравится или не нравится, но и второй, третий смысл»</p> <p>«Фестиваль – одна из важных историй, которой очень сильно не хватало Екатеринбургу, потому что не было такой площадки, институции длительное время»</p> <p>«Было Уральское индустриальное биеннале, но у них не было задачи оставаться навсегда внутри городской среды, в отличие от паблик-арта»</p> <p>«Создатели паблик-арта формируют повестку развития искусства в нашей городской среде. И Екатеринбург</p>

		<p>эволюционирует, он не является провинциальным городом, он столичный, сам задает тенденции, некую моду»</p> <p>«Мы в первых рядах, работы очень достойные. Они явно непроходные, вполне могут конкурировать с работами где-нибудь в европейских и западных странах, в Азии»</p> <p>«Надеюсь, что наше сотрудничество продолжится, потому что именно через такие объекты, как Портал – смысловой переход между прошлым и будущим, хотелось бы, чтобы мы формировали модель будущего, и потихонечку туда двигались»</p>
<p>Вовлеченность горожан в культурную жизнь</p>	<p>«С точки зрения преимущества паблик-арта главный плюс – это наполнение территории смыслами или раскрытие имеющихся. Смыслы усиливают (или создают) сопричастность людей к пространству»</p> <p>«Хотела отметить летние и уличные фестивали, потому что они могут собрать наибольшее количество посетителей, и лето на Урале короткое, и поэтому особо любимое и ценное»</p>	<p>«Интересно было увидеть обратную связь, какие объекты у людей вызвали эмоции, это совсем не совпадало с тем, что мне казалось бы логичным»</p> <p>«Им очень интересно, нельзя сказать нравится - не нравится, но это вызывает в любом случае вопросы и желание разобраться»</p> <p>«Когда появляется образ, который задает несколько иное измерение – смотреть чисто на завод и на несколько исторических объектов не всегда</p>

<p>«Любые публичные мероприятия, механики для взаимодействия с горожанами хороши, для этого даже сейчас создана платформа Активный Екатеринбург»</p> <p>«Через опросник заранее не получится химии. Но когда арт-объекты появляются, конечно же мнения людей разделены»</p> <p>«Фестиваль очень хорошо работает с идентичностью и отражает Екатеринбург, запрос горожан на активность, право на свое мнение, на обсуждение»</p>	<p>интересно, Индустриальный младенец же провоцирует сознание»</p> <p>«Отзывы негативные я тоже слышал, но тут надо просто работать с аудиторией нам, экскурсоводам, чтобы мы давали свои версии, какие ассоциации у нас это порождает. Может быть, граждане нам еще и помогут своими идеями»</p>
---	---



**Приложение 5. Сводная таблица с разрезами по социально-демографическим переменным на данных опроса посетителей мероприятия**

Хотели бы Вы посетить мероприятия Фестиваля/паблик-арт программы «ЧО» в будущем?

Gender	Education_Level	Age	Затрудняюсь ответить	Определенно да	Скорее да	Скорее нет
Женский	высшее образование	18-25 лет	10	60	30	0
Женский	высшее образование	26-35 лет	0	68.42105	26.31579	5.263158
Женский	высшее образование	36-45 лет	3.846154	80.76923	15.38462	0
Женский	высшее образование	46-55 лет	0	86.66667	13.33333	0
Женский	высшее образование	56-65 лет	0	92.30769	7.692308	0
Женский	высшее образование	Старше 65 лет	0	83.33333	16.66667	0
Женский	законченное среднее образование	26-35 лет	0	0	100	0
Женский	законченное среднее образование	36-45 лет	0	100	0	0
Женский	незаконченное высшее образование	18-25 лет	0	83.33333	16.66667	0
Женский	незаконченное высшее образование	26-35 лет	25	75	0	0
Женский	незаконченное высшее образование	46-55 лет	0	100	0	0
Женский	незаконченное высшее образование	56-65 лет	0	0	100	0
Женский	несколько высших образований	26-35 лет	0	66.66667	33.33333	0
Женский	несколько высших образований	36-45 лет	0	100	0	0
Женский	несколько высших образований	46-55 лет	0	62.5	37.5	0
Женский	несколько высших образований	56-65 лет	0	100	0	0
Женский	ученая степень	46-55 лет	0	75	25	0
Женский	ученая степень	56-65 лет	0	100	0	0
Женский	школьник, учащийся колледжа	18-25 лет	0	100	0	0
Женский	школьник, учащийся колледжа	Моложе 18 лет	0	100	0	0
Мужской	высшее образование	18-25 лет	0	100	0	0
Мужской	высшее образование	26-35 лет	0	33.33333	66.66667	0
Мужской	высшее образование	36-45 лет	0	40	60	0
Мужской	высшее образование	46-55 лет	0	100	0	0

Мужской	высшее образование	56-65 лет	0	100	0	0
Мужской	незаконченное высшее образование	26-35 лет	0	100	0	0
Мужской	незаконченное высшее образование	36-45 лет	0	50	50	0
Мужской	несколько высших образований	26-35 лет	0	100	0	0

«Хотите ли вы снова участвовать в различных художественных практиках после публичной программы «ЧО»?»\*

Gender	Education_Level	Age	Затрудняюсь ответить	Публичная программа "ЧО" вовсе не мотивирует меня участвовать в художественных практиках	Публичная программа "ЧО" скорее не мотивирует меня участвовать в художественных практиках	публичная программа "ЧО" меня мотивирует участвовать в художественных практиках	публичная программа "ЧО" меня очень сильно мотивирует участвовать в художественных практиках
Женский	высшее образование	18-25 лет	30.000000	10.000000	20.000000	40.000000	0.000000
		26-35 лет	52.631579	10.526316	0.000000	15.789474	21.052632
		36-45 лет	38.461538	0.000000	3.846154	38.461538	19.230769
		46-55 лет	33.333333	0.000000	0.000000	40.000000	26.666667
		56-65 лет	30.769231	0.000000	7.692308	61.538462	0.000000
		Старше 65 лет	66.666667	0.000000	0.000000	16.666667	16.666667
	законченное среднее	26-35 лет	0.000000	0.000000	0.000000	100.000000	0.000000

Gender	Education_Level	Age	Затрудняюсь ответить	Паблик-арт программа "ЧО" вообще не мотивирует меня участвовать в художественных практиках	Паблик-арт программа "ЧО" скорее не мотивирует меня участвовать в художественных практиках	паблик-арт программа "ЧО" меня мотивирует участвовать в художественных практиках	паблик-арт программа "ЧО" меня очень сильно мотивирует участвовать в художественных практиках
	образован ие	36- 45 лет	0.00000 0	0.000000	0.000000	0.000000	100.00000 0
	незаконче нное высшее образован ие	18- 25 лет	0.00000 0	0.000000	0.000000	66.666667	33.333333
		26- 35 лет	50.0000 00	0.000000	0.000000	50.000000	0.000000
		46- 55 лет	0.00000 0	0.000000	0.000000	100.00000 0	0.000000
		56- 65 лет	100.000 000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
	несколько высших образован ий	26- 35 лет	58.3333 33	0.000000	0.000000	25.000000	16.666667
		36- 45 лет	36.3636 36	0.000000	0.000000	45.454545	18.181818
		46- 55 лет	37.5000 00	0.000000	12.500000	25.000000	25.000000
		56- 65 лет	50.0000 00	0.000000	0.000000	0.000000	50.000000
	ученая степень	46- 55 лет	50.0000 00	0.000000	0.000000	25.000000	25.000000
		56- 65 лет	100.000 000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000

Gender	Education_Level	Age	Затрудняюсь ответить	Паблик-арт программа "ЧО" вообще не мотивирует меня участвовать в художественных практиках	Паблик-арт программа "ЧО" скорее не мотивирует меня участвовать в художественных практиках	паблик-арт программа "ЧО" меня мотивирует участвовать в художественных практиках	паблик-арт программа "ЧО" меня очень сильно мотивирует участвовать в художественных практиках
	школьник, учащийся колледжа	18-25 лет	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	100.000000
		Моложе 18 лет	0.000000	0.000000	0.000000	50.000000	50.000000
Мужской	высшее образование	18-25 лет	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	100.000000
		26-35 лет	66.666667	0.000000	0.000000	33.333333	0.000000
		36-45 лет	40.000000	0.000000	20.000000	20.000000	20.000000
		46-55 лет	100.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
		56-65 лет	0.000000	0.000000	0.000000	100.000000	0.000000
	незаконченное высшее образование	26-35 лет	0.000000	0.000000	0.000000	100.000000	0.000000
		36-45 лет	50.000000	0.000000	0.000000	50.000000	0.000000
	несколько высших	26-35 лет	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	100.000000

Gender	Education_Level	Age	Затрудняюсь ответить	Паблик-арт программа "ЧО" вообще не мотивирует меня участвовать в художественных практиках	Паблик-арт программа "ЧО" скорее не мотивирует меня участвовать в художественных практиках	паблик-арт программа "ЧО" меня мотивирует участвовать в художественных практиках	паблик-арт программа "ЧО" меня очень сильно мотивирует участвовать в художественных практиках
	образований	46-55 лет	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	100.000000
Total			39.375000	1.875000	3.750000	35.625000	19.375000

\* Демографические данные о респондентах могут быть учтены в дальнейшем командой Фестиваля для развития коммуникации с целевыми аудиториями.

#### Приложение 6. Сводная таблица посещаемости и типологии форматов событий Фестиваля.

Таблица представляет объем посещаемости событий разного типа в каждый из прошедших сезонов Фестиваля. Все форматы событий поделены на 3 типа

а – предполагающий активное творческое участие аудитории,

с – предоставляющий аудитории возможности средней активности,

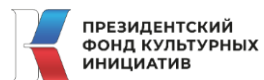
п – пассивное участие: односторонняя коммуникация, не предполагающая личного вовлечения аудитории (перцепция).

Год	Мероприятие	Тип участия	Кол-во событий	Посетители	Среднее кол-во посетителей
2021	Киносубботники	а	4	106	27
2021	Экскурсия на завод	а	1	44	44
2021	Творческий лагерь (5 дней)	а	5	252	50
2021	Презентация сезона	с	1	30	30
2021	Дискуссия	с	1	32	32

2021	История солидарности семинары	с	7	167	24
2021	Дискуссия форум 100+	с	1	357	357
2021	Автобусные туры	п	4	222	56
2021	Стенд Форум 100+	п	1	4324	4 324
2021	Презентации объектов	п	5	217	43
2021	Открытие библиотеки книг об уличном искусстве	п	1	34	34
2022	Презентация Ковер (апсайкл микрофест)	а	2	538	269
2022	Творческий лагерь 1-2 смена	а	10	362	36
2022	Творческий лагерь 3 смена	а	5	137	27
2022	Школа паблик арта для художников	а	10	40	
2022	Хроноглифы	а	7	141	20
2022	Новогодняя программа	с	10	1699	170
2022	Презентация сезона	с	1	66	66
2022	Собакция	с	1	641	641
2022	Презентация цифровых объектов	с	1	45	45
2022	Презентации для СМИ	п	7	154	22
2022	Кинопоказы	п	10	604	60
2022	Автобусные туры	п	10	502	50
2022	Выставка «История солидарности»	п	1	922367	922 367
2023	Школа паблик-арта	а	40	401	
2023	Центр передачи энергии Лето	а	1	1525	1 525
2023	Роспись стены Гущина (примерно)	а	1	80	80
2023	Роспись стены Пастухова (примерно)	а	1	150-200	
2023	Презентация сезона	с	1	45	45
2023	Сплав «По течению»	с	10	560	56
2023	Презентации арт-объектов	с	6	170	28
2023	Ярмарка «Центр передачи энергии»	с	1	2748	2 748

2023	Паблик-арт и парки (платное)	С	1	18	18
2023	артист-токи	С	3	118	39
2023	Аудиоспектакль «Младенец»	С	5	420	84
2023	Экскурсии	П	2	71	36
2023	Выставка Искусство без билета (ГМИИ)	П	1	12 180	12 180
2023	Выставка Главпочтамп	П	1	1281000	1 281 000

## Приложение 7. План оценки



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

# ПРОЕКТ ЯККИ

## Форум «Яркие краски креативных индустрий»

План оценки проекта:  
Фестиваль публич-арт «ЧО» (Екатеринбург)



## ОПИСАНИЕ ОБЪЕКТА ОЦЕНКИ



### 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,
- образовательная и культурная среда,
- туристический бренд
- изменения на уровне индивида.

**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

Добавлено примечание ([NS1]): Сверить с заявкой

### 2. Цель оценки

Цель оценки - определить, насколько за прошедшие сезоны Фестиваля практика размещения публич-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 публич-арта, как системного инструмента развития города. Принять решение о развитии различных форматов, продуктов и коммуникации в рамках Фестиваля или уточнения целеполагания проекта в

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 публич-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 публич-арт Фестиваля и практики публич-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.

целом.

## ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ СТОРОНЫ



### 3. Заинтересованные стороны

	<b>Информационная/ управленческая потребность</b> О чём я хочу узнать	<b>Использование результатов оценки</b> Как я буду использовать результаты оценки	<b>Комментарии</b> По желанию
<b>Команда/ лидер проекта</b>	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.
<b>ПФКИ</b>	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)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Оценка потребностей/<br>актуальности/ востребованности | <input type="checkbox"/> Оценка устойчивости   |
| <input type="checkbox"/> Оценка когерентности внешней<br>среде                  | <input type="checkbox"/> <b>Оценка влияния</b> |
| <input type="checkbox"/> Оценка процесса  | <input type="checkbox"/> Иное                  |
| <input type="checkbox"/> <b>Оценка результативности</b>                         | Напишите здесь                                 |
| <input type="checkbox"/> Оценка эффективности                                   |  |
| <input type="checkbox"/> Оценка рисков  |  |

Ключевой оценочный вопрос	Уточняющий вопрос	Показатель и его целевое значение/ стандарт ( если применимо)	Методология ответа на вопрос
1. Насколько вовлечение в развитие городской среды и художественные практики влияет на повышение привлекательности города для жителей?	1.1. Насколько жители заинтересованы в развитии Фестиваля и вовлекающих творческих практик?	Количество горожан, выражающих энтузиазм и готовность участвовать в следующих Фестивалях	<ul style="list-style-type: none"> <li>Выявление лояльности посетителей Фестиваля (сопоставление ответов на вопросы «Хотите ли вы посещать Фестиваль в будущем?», «Как вы участвуете в Фестивале в этом году? »)</li> <li>Определение фактов интереса к Фестивалю и различным форматам событий (распределение ответов на вопрос анкеты): «Как бы вы хотели участвовать в Фестивале в этом году?»</li> </ul>
		Количество горожан, отмечающих, что Фестиваль мотивирует их на участие в художественных практиках	<ul style="list-style-type: none"> <li>Определение уровня мотивированности посетителей Фестиваля на участие в творческих практиках. Ответ на вопрос анкеты: «Хотите ли вы снова участвовать в различных художественных практиках после публич-арт программы «ЧО»?»</li> </ul>
	1.2. Какие форматы событий Фестиваля вызывают наибольший интерес аудитории –	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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>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 публич-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.</li> </ul>
1.3. Влияет ли Фестиваль (как совокупность событий и практик) на расширение знаний посетителей относительно города и возможностей горожан, а	Количество горожан, подтвердивших получение новых знаний о разных районах города, возможностях и культурном	<ul style="list-style-type: none"> <li>Выявление фактов расширения знаний горожан, благодаря Фестивалю – о себе, городе, искусстве. Ответы на вопрос анкеты: «Что нового Вы узнали благодаря проектам публич-арт программы «ЧО» (объекты, мероприятия)?, « Изменилось</li> </ul>	

Ключевой оценочный вопрос	Уточняющий вопрос	Показатель и его целевое значение/ стандарт ( если применимо)	Методология ответа на вопрос
	также изменение отношения к чему-либо и поведения посетителей?	контексте. Распределение ответов между этими областями. Количество горожан, подтвердивших изменения собственного отношения или поведения к чему либо. Распределение ответов между областями изменений – город, горожанин, культура.	<ul style="list-style-type: none"> <li>ли Ваше отношение к облику района или Екатеринбурга в результате посещения Фестиваля «ЧО»?</li> <li>Выявление индивидуальных изменений, отрефлексированных 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?»</li> </ul>
	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"> <li>Определение уровня заинтересованности жителей в участии в обсуждении идей новых арт-объектов</li> </ul>
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"> <li>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?»</li> </ul>
	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"> <li>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?»</li> </ul>
	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"> <li>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 появятся ещё арт-объекты»</li> </ul>

Ключевой оценочный вопрос	Уточняющий вопрос	Показатель и его целевое значение/ стандарт ( если применимо)	Методология ответа на вопрос
	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"> <li>• 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?»</li> </ul>
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"> <li>• Анализ ответов на вопросы интервью: «Влияют ли паблик-арт объекты и Фестиваль ЧО на местный туризм?»</li> </ul>
	3.2. Насколько паблик-арт объекты включены в туристические маршруты	Показатели не определены	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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?»</li> </ul>
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"> <li>• 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?»</li> <li>• 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?»</li> <li>• 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?»</li> </ul>

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



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 или в случае всевозможных контактов и

## ДИЗАЙН



ЯРКИЕ КРАСКИ  
КРЕАТИВНЫХ  
ИНДУСТРИЙ

Ключевой оценочный вопрос/Методология ответа на вопрос	Источник данных/выборка	Инструмент сбора данных	Подход к анализу данных и вынесению суждения
1. Насколько вовлечение в развитие городской среды и художественные практики влияет на повышение привлекательности города для жителей?	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. 1.2. Жители Екатеринбурга (опрос по механике Яндекс. Взгляд). Выборка не менее 100 чел. 1.3. Представители администрации города. Не менее 5 чел. 1.4. Представители туристического сектора. Не менее 5 чел.	- Онлайн-опрос - Интервью	- Если респондент согласен или согласен отчасти, считаем, что в большей степени влияет - 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. - Рейтинг популярности форматов Фестиваля. - Считаем, что получение новых знаний о городе и возможностях горожан / собственных возможностях), повышает привлекательность города. - 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). - Считаем, что готовность участвовать в выборе идей и тем для арт-объектов, подтверждает заинтересованность в развитии города и повышении привлекательности города. - 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.

## ДИЗАЙН



ЯРКИЕ КРАСКИ  
КРЕАТИВНЫХ  
ИНДУСТРИЙ

Ключевой оценочный вопрос/Методология ответа на вопрос	Источник данных/выборка	Инструмент сбора данных	Подход к анализу данных и вынесению суждения
2. Насколько паблик-арт влияет на повышение привлекательности города для жителей?	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. 2.2. Жители Екатеринбурга (опрос по механике Яндекс.Взгляд). Выборка не менее 100 чел. 2.3. Представители администрации города. Не менее 5 чел. 2.4. Представители туристического сектора. Не менее 5 чел.	- Онлайн-опрос - Полуструктурированное интервью	- Считаем, что знание об объектах, их названии подтверждает узнавание феномена паблик-арта, как части городской среды. - Если респондент согласен или согласен отчасти, считаем, что в большей степени влияет. - Список нового и полезного для респондентов.
3. Насколько Фестиваль влияет на развитие туристического бренда города?	3.1. Представители администрации города. Не менее 5 чел. 3.2. Представители туристического сектора. Не менее 5 чел.	- Полуструктурированное интервью	- Суждение на основе мнений респондентов
4. Насколько Фестиваль влияет на формирование культуры паблик-арта в регионе?	4.1. Художники, принимавшие участие в прошлых сезонах Фестиваля. Не менее 5 чел. 4.2. Представители администрации города. Не менее 5 чел. 4.3. Представители туристического сектора. Не менее 5 чел.	Полуструктурированное интервью	- Суждение на основе мнений респондентов

## ДИЗАЙН



ЯРКИЕ КРАСКИ  
КРЕАТИВНЫХ  
ИНДУСТРИЙ

Ключевой оценочный вопрос/Методология ответа на вопрос	Источник данных/выборка	Инструмент сбора данных	Подход к анализу данных и вынесению суждения
5. Насколько результативно реализован проект при поддержке ПФКИ?	5.1. Заявка и отчеты о реализации проекта для ПФКИ (1 и 2 этапы) 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.	- Анализ документов	- Если заявленные и достигнутые цели всех уровней совпадают на 75 и более процентов, значит цель достигнута полностью - Рейтинг популярности форматов Фестиваля - Доля респондентов, сформулировавших рекомендации по новым темам/идеям для объектов, соотносимые с идеей микропатриотизма и локальной идентичности.

## ОГРАНИЧЕНИЯ И КАЧЕСТВО



### 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)

## РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ



### **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



ЯРКИЕ КРАСКИ  
КРЕАТИВНЫХ  
ИНДУСТРИЙ

### 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.



# Дерево результатов Уральского паблик-арт

## План оценки проекта ФЕСТИВАЛЬ «Ю»







## Приложение 2. Логическая модель проекта «Чеховский книжный фестиваль»

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	Объем публикаций в каналах, связанных с разным типом туризма: внутри региона, в соседних регионах, в культурных центрах РФ, профессиональным туризмом, объем публикаций в каналах лидеров мнений с упоминанием Фестиваля и объектов	Возросший интерес к городским локациям с арт-объектами	Проведение экскурсий по арт-объектам	Включение арт-объектов в городские маршруты вне рамок Фестиваля	Количество экскурсионных маршрутов, путеводителей, аудиогидов, блогов по городу, включивших в свой состав посещение арт-объектов	Туристический бренд города включил в себя объекты паблик-арт (практика осмысления и представления культурного кода региона в формах современной культуры)
					Включение событий и объектов Фестиваля в культурные программы профессиональных событий в городе (форумов, конференций)			
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		Посещение жителями локаций с паблик-артом	Заинтересованность горожан в появлении новых объектов в городе	Количество инициатив горожан, представителей властей города, бизнеса по размещению	

							объектов в новых локациях	Повышение привлекательности города для жителей города, жителей УРФО
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		
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 ихся 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 публич-арта)	Жители получили возможность принять участие в создании публич-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 стали относиться к современному искусству в городе	Рост/развитие сообщества художников публич-арта и активно вовлеченных в публич-арт и Фестиваль жителей города	Количество участников сообщества публич-артистов (художников, волонтеров, продюсеров)	
--	--	--	--	--	--	---	---	--

Творческое сообщество Екатеринбурга / 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, стейкхолдерами и	Творческое сообщество Екатеринбурга выстроило постоянный диалог с жителями и стейкхолдерами для интеграции современного искусства в городскую среду	Количество художников, регулярно общающихся с жителями, иницилирующих проекты с развитием городской среды	Формирование культуры публич-арта как практики развития городской среды в регионе (и масштабирование практики на другие регионы)
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 публич-арта, реализованных совместно властями, бизнесом и творческим сообществом Фестиваля	

Команда Фестиваля (+ кураторы)	<b>Регулярная апробация новых форматов работы с городской средой, жителями, художниками и стейкхолдерами</b>	<b>Команда имеет опыт подбора наиболее эффективных практик для реализации проектов</b>	<b>Форматы/продукты Фестиваля пользуются интересом и спросом у целевой аудитории (показатель – посещаемость, повторное участие, эффективная коммуникация)</b>	<b>Команда имеет методику эффективной работы с объектами публич-арта в городской среде</b>	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 Екатеринбурга	Количество выступлений представителей Команды и кураторов на профессиональных площадках, а также консультаций по масштабированию практики в других регионах	(Интеграция публич-арта в развитие городской среды)
--------------------------------	--	--	---	--	--	--	---	---

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.