ИДЕИ РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС-PR

Отчёт об оценке проведения традиционных духовно-нравственных ценностей в проекте

XXX Юбилейный городской фестиваль детского творчества

Музыка детства. Возвращение



Точки приложения силы в развитии культуры как средства коммуникации



ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

БАЗОВАЯ МОДЕЛЬ КОММУНИКАЦИОННО-ЦЕННОСТНОЙ ВОРОНКИ

ЛИЧНАЯ СИСТЕМА ЦЕННОСТЕЙ

Семья, друзья, знакомые, различные каналы и средства коммуникации сформировали (и продолжают изменять) систему личных ценностей каждого человека. При этом ценностные приоритеты индивидуума могут в разной степени совпадать\ не совпадать с ценностями, обозначенными в Указе Президента РФ.

ПРОЧНОСТЬ СВЯЗИ ЦЕННОСТЕЙ С РОССИЕЙ

Разделяя ту или иную ценность, человек может в разной степени соглашаться и не соглашаться с тем, что Россия является страной, в которой эта ценность является общепринятой и, тем более, отстаиваемой.

ПРИОРИТЕТНОСТЬ СВЯЗИ ЦЕННОСТИ С РОССИЕЙ В СРАВНЕНИИ С…

Признавая то, что ценность является общепринятой в России, человек может быть уверен в том, что в какой-либо иной стране данная (возможно весьма важная для индивидуума) ценность разделяется и\или отстаивается на более высоком уровне.

ОТНОШЕНИЕ К РОССИИ / ГОТОВНОСТЬ ДЕЙСТВОВАТЬ

Сравнение личной системы ценностей с субъективно воспринимаемой общепринятой в России формирует определенное отношение и, как следствие, предпосылки к действию / бездействию

ЗАПРОС НА ДЕЙСТВИЕ

Запрос на действие, в число определяющих факторов для которого входит отношение к России, может быть самым разным: от призыва в армию до предложения от работодателя об эмиграции. Большинство проектов в области культуры и креативных индустрий запросы на действие не инициирует.

ДЕЙСТВИЕ

иные факторы

При любом запросе (триггере) на действие, на принятие решения оказывает влияние множество факторов. Отношение к России будет одним из них. Большинство проектов в области культуры и креативных индустрий весь спектр данных факторов не охватывает.

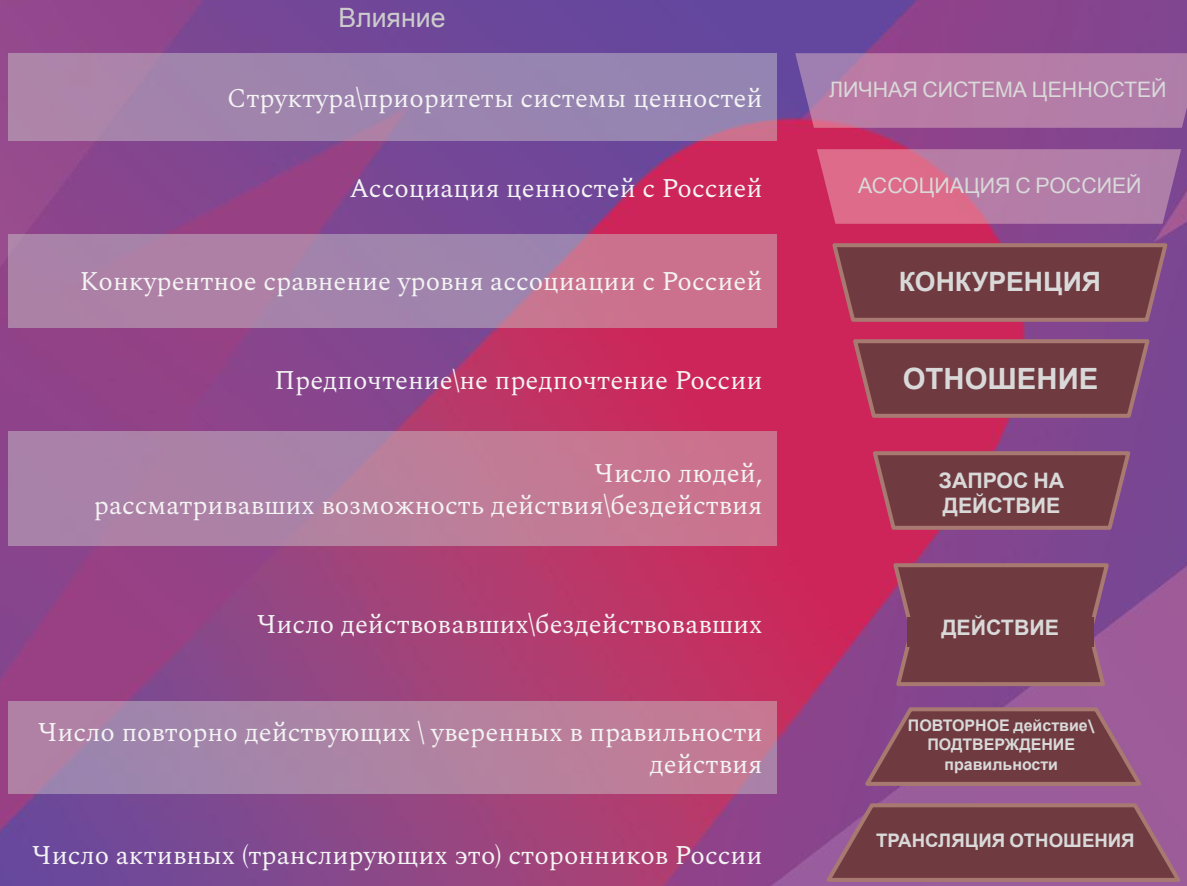
ПОВТОРНОЕ действие / ПОДТВЕРЖДЕНИЕ правильности

При любом решении человек ищет подтверждение правильности выбора. То есть борьба за отношение к России не прекращается никогда. Твердость позиции во многом зависит от того, подтверждается выбор или нет.

ТРАНСЛЯЦИЯ ОТНОШЕНИЯ

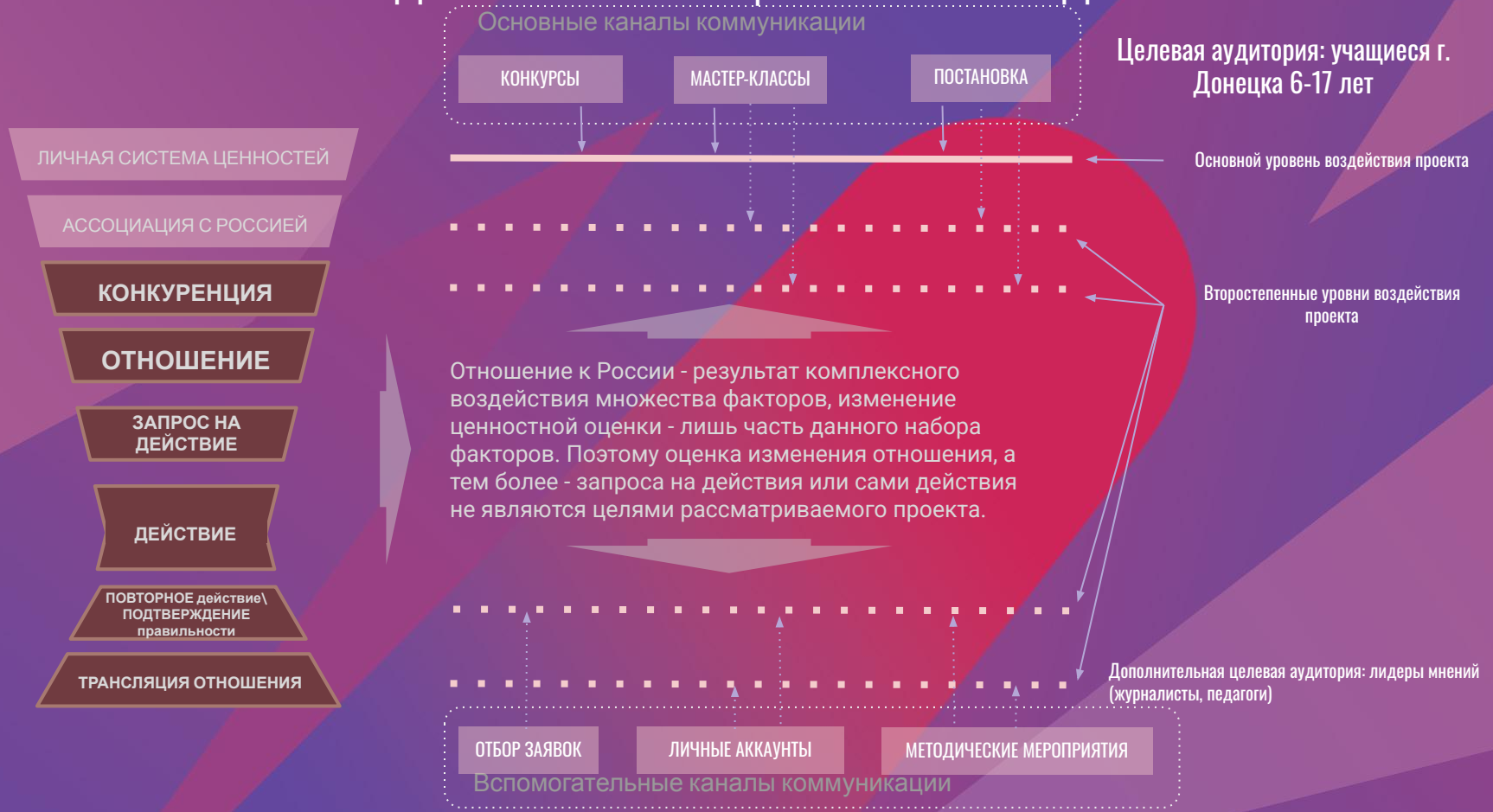
Одним из самых важных моментов является не только личный выбор, но и активность трансляции своей позиции для окружающих. В данном случае мы можем иметь ситуацию трансляции ценностей даже акторами, не разделяющими эти ценности

ОБЩИЕ МЕТРИКИ ДЛЯ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ВОРОНКИ



ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

МУЗЫКА ДЕТСТВА
МОДЕЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ



МУЗЫКА ДЕТСТВА. МЕТРИКИ

Подготовка проекта

Оценка

- **Сверхзадача**
- **Анализ “Порядка проведения...”**
- **Анализ репертуара**
- **Глубинные интервью с ведущими мастер-классов**

Воздействие и реакции

Оценка

- **Мониторинг публикаций в СМИ и соцсетях (Медиалогия) - анализ**

Влияние

Оценка

- **Онлайн до\после фестиваля**
- **Глубинные интервью участников до\после основного этапа**

ИДЕИ РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ
КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЙ

Исходные данные

ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Фестиваль “Музыка детства. Возвращение”

XXX Юбилейный городской фестиваль детского творчества Музыка детства. Возвращение.

- Фестиваль
  - конкурсы по эстрадному вокалу и современной хореографии, народный вокал и хореография, изобразительное, фото, драматическое искусство, театральное
- Аудитория:
  - творческие учащиеся Донецка 6-17 лет (потенциально от 5,6% до 16,8% могут быть охвачены фестивалем)
  - педагоги-руководители детских творческих коллективов Донецка
- Ценности:
  - “Коллективизм, взаимопомощь и взаимоуважение”
  - “Единство народов России”
  - “Высокие нравственные идеалы”
- Цель: содействовать укреплению традиционных духовно-нравственных ценностей у творческих детей

Контекст

- Фестиваль проводился ежегодно до 2019 г.
- 2019 - Covid19 - “удалёнка”
- 2020 - отменён
- 2021 - дистанционно проводился
- 2022 - отменён из-за боевых действий
- 2023 - дистанционно (как и учебный процесс)
- 2024 - дистанционно (как и учебный процесс)
- Особенности Фестиваля в 2025 году
  - кроме конкурса появились мастер-классы
  - ограничены массовые мероприятия

ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Дети Донбасса: годы “дистанционки”

[с 2019 года]
“Только в 2025 году году вышли с “дистанционки”
и то не все районы города Донецка.
Некоторые районы вышли в мае 25-го года,
несколько районов вышли с 1 сентября…”

организатор Фестиваля “Музыка детства” Лилия Реутова

Опрос (онлайн) январь-февраль 2025 года

После длительного периода дистанционного обучения педагоги отмечают наличие в детских коллективах следующих проблем:

- снижение уровня исполнительского мастерства заметили 30,4% педагогов,
- снижение коммуникативных навыков отметили 20,1% опрошенных,
- недостаток мотивации – 19,6%,
- снижение чувства коллективизма – 18,3%,
- утрату навыков взаимопомощи и взаимоподдержки отмечают 11,6% педагогов.

Опрос “на старте” в январе-феврале 2025 года

Период проведения опроса: с 28 января по 5 февраля 2025 года
Количество респондентов: 104 педагога и 426 обучающихся

Результаты опроса педагогов

- 63,7% опрошенных педагогов знают о фестивале «Музыка детства»» и ранее принимали в нем участие (34,6% - в очном формате, 29,1% - в дистанционном).
- 56,2% респондентов-педагогов со своими коллективами проходили в финальный этап фестиваля.
- После длительного периода дистанционного обучения педагоги отмечают наличие в детских коллективах следующих проблем:
  - снижение уровня исполнительского мастерства заметили 30,4% педагогов,
  - снижение коммуникативных навыков отметили 20,1% опрошенных,
  - недостаток мотивации – 19,6%,
  - снижение чувства коллективизма – 18,3%,
  - утрату навыков взаимопомощи и взаимоподдержки отмечают 11,6% педагогов.
- При этом, 84,3% руководителей детских коллективов уверены, что очный формат проведения фестиваля «Музыка детства» способен решить вышеназванные проблемы.
- Помимо этого, 87,1% педагогов хотели бы получить рекомендации и принять участие в мастер-классе от профессионала в области культуры и искусства ДНР и других регионов РФ.

Результаты опроса обучающихся детских творческих коллективов художественной направленности.

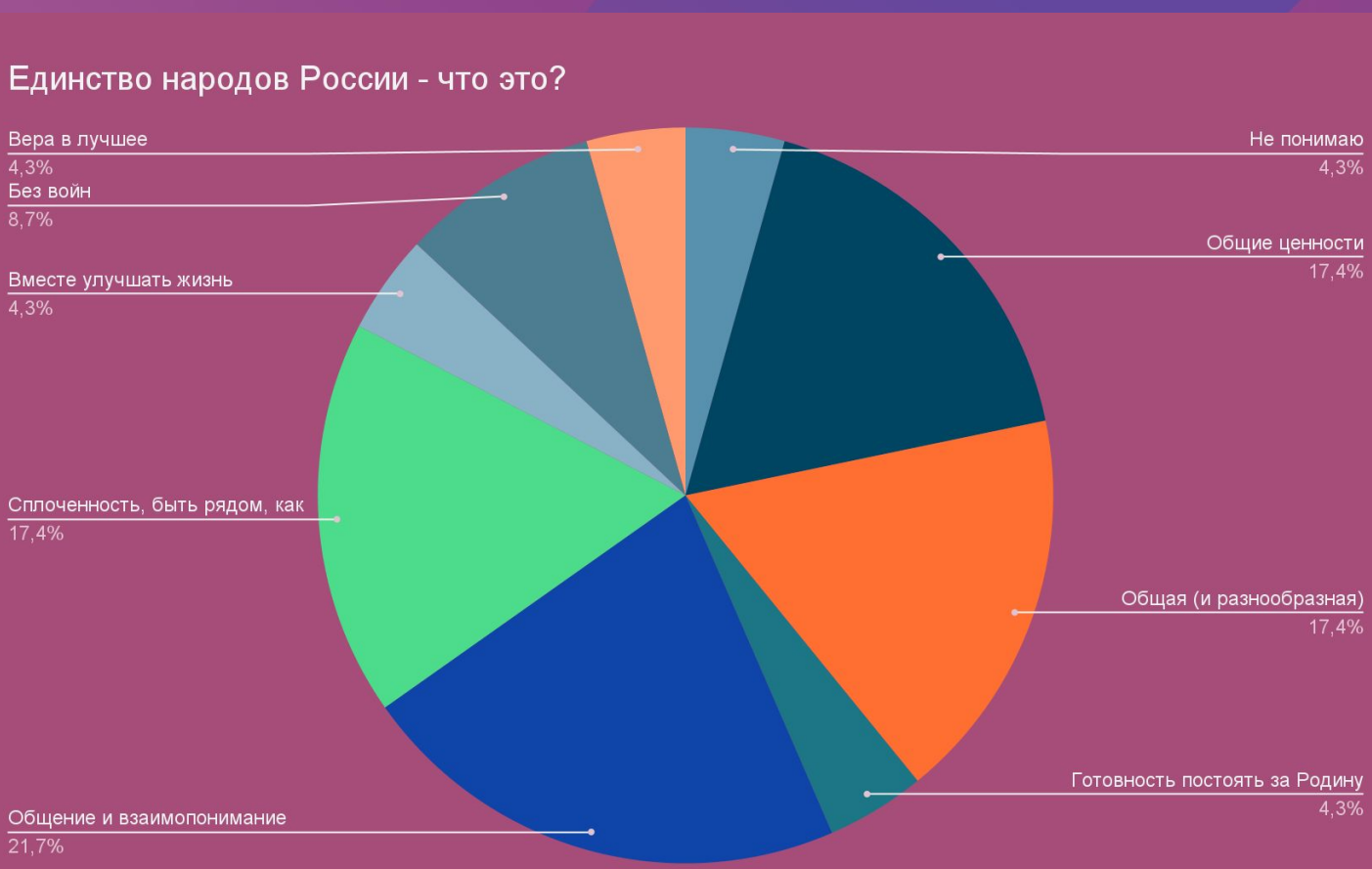
- Охвачено 426 детей, из которых изобразительным искусством занимаются 31,8%, современными танцами – 22,9%, народными танцами - 18% опрошенных, театральным искусством – 12,5%, народным вокалом – 6,5%, эстрадным вокалом - 6,3%, и фотоискусством - 2%.
- При этом, в очном формате проходят занятия у 84,5% детей.
- 75,8% обучающихся еще никогда не принимали участие в фестивале «Музыка детства».
- 51,7% опрошенных выражают самостоятельное желание участвовать в фестивале,
- Более 40% полагаются в этом вопросе на решение педагога.
- Подавляющее большинство (93,6 %) детей хотят получить консультации, рекомендации и принять участие в мастер-классах от членов жюри, экспертов, профессионалов в сфере культуры и искусства.

Полный отчет об исследовании

ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Опрос “до” август 2025 года



ИДЕИ РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

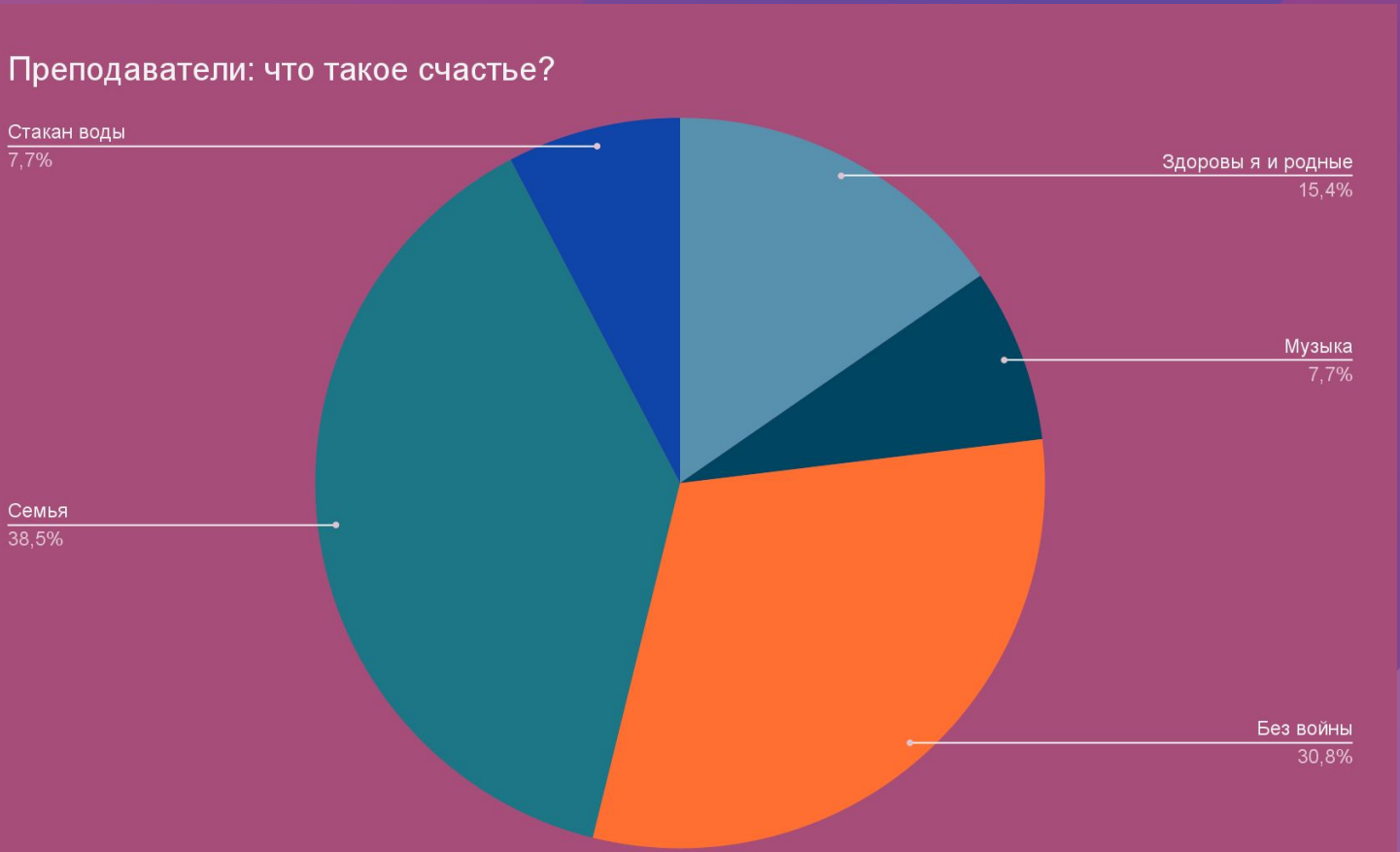
ЯРКИЕ КРАСКИ
КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЙ

Подготовка проекта

ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Ценности преподавателей. Особенности Донбасса



Репертуар: осознанность выбора

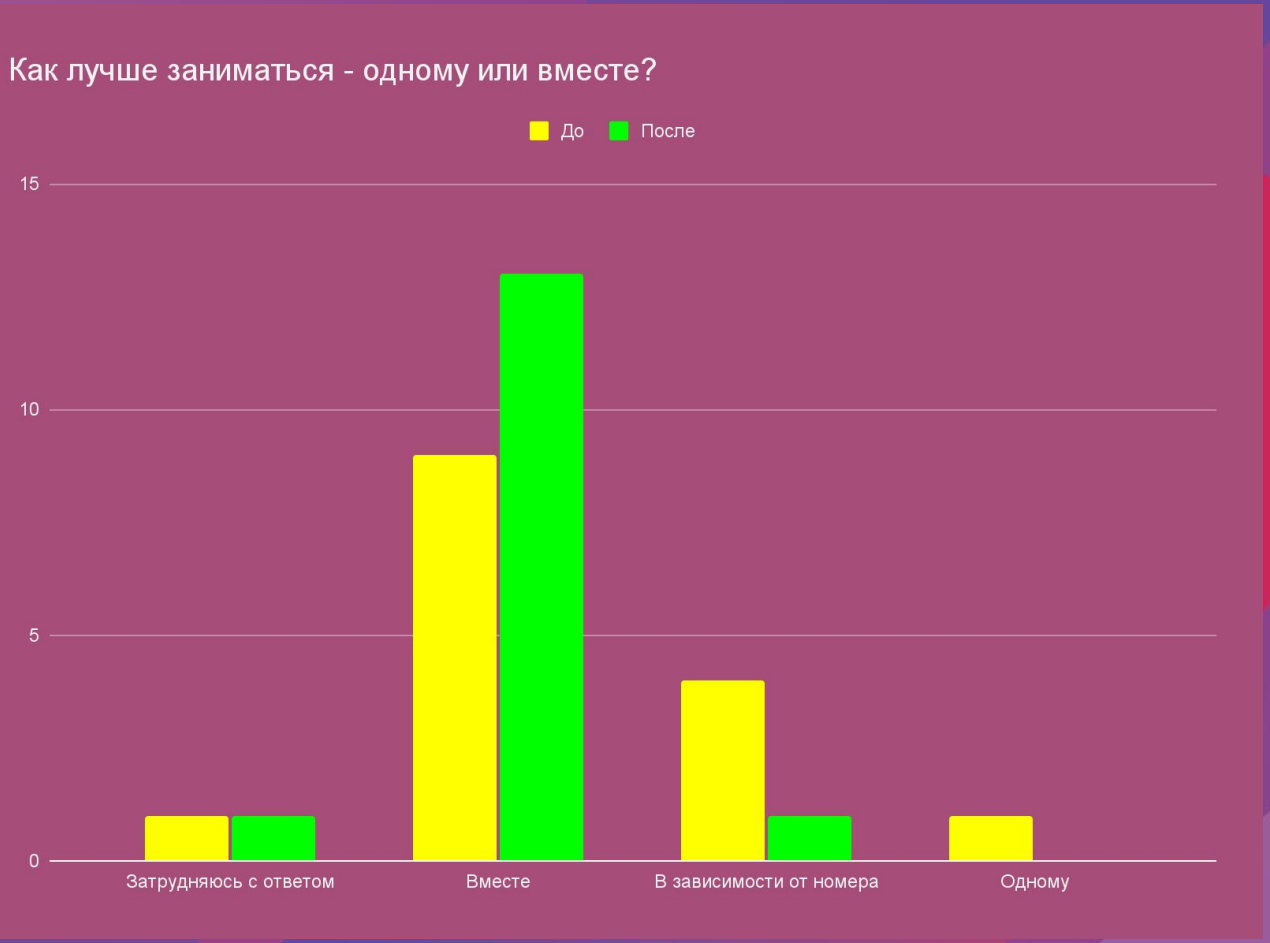


*Проводимые ценности композиций оценивались при помощи ИИ Алиса Яндекс’а

ИДЕИ РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ
КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЙ

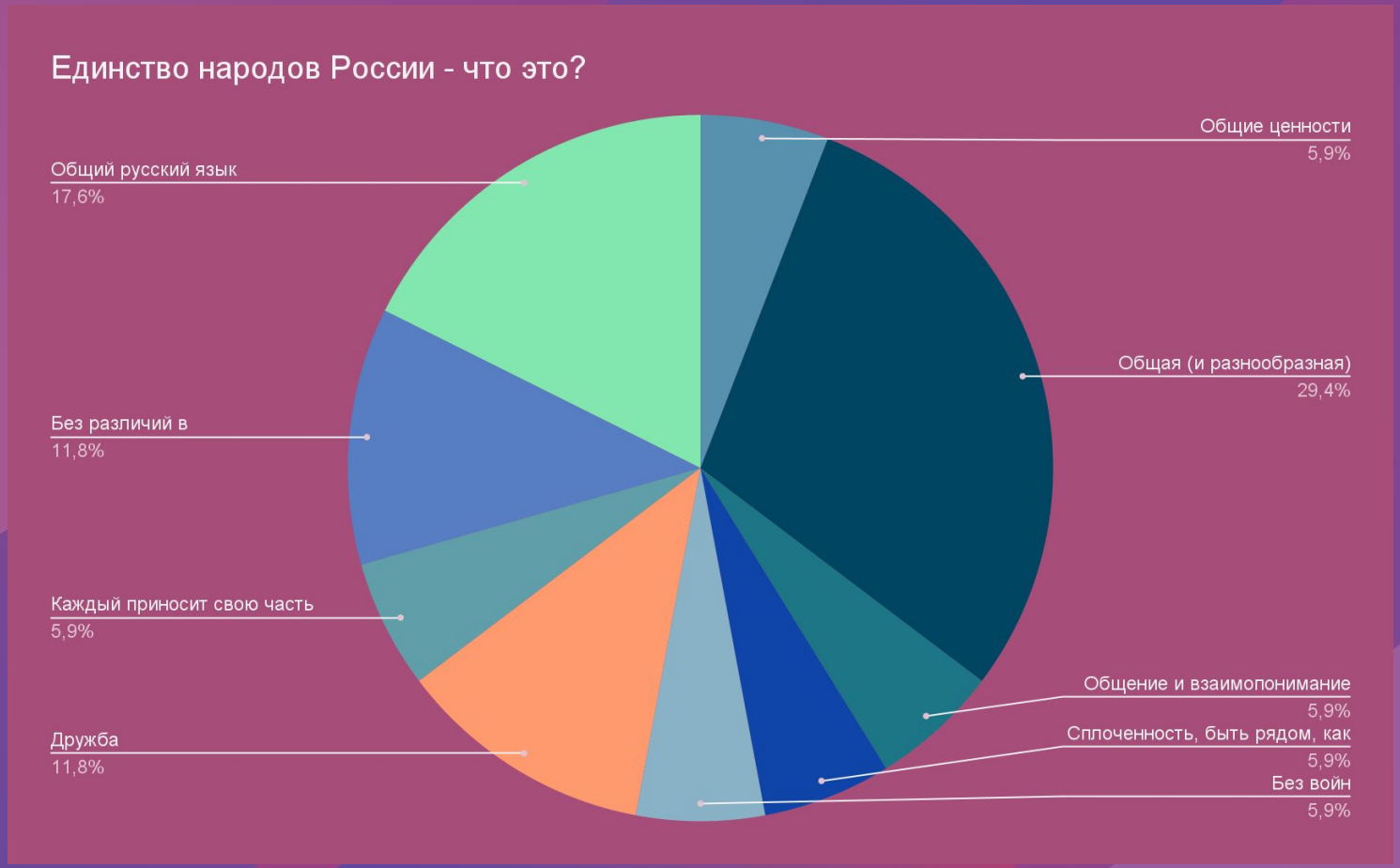
Влияние


Как лучше заниматься - одному или вместе?
До
После
15
10
5
0
Затрудняюсь с ответом
Вместе
В зависимости от номера
Одному

ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

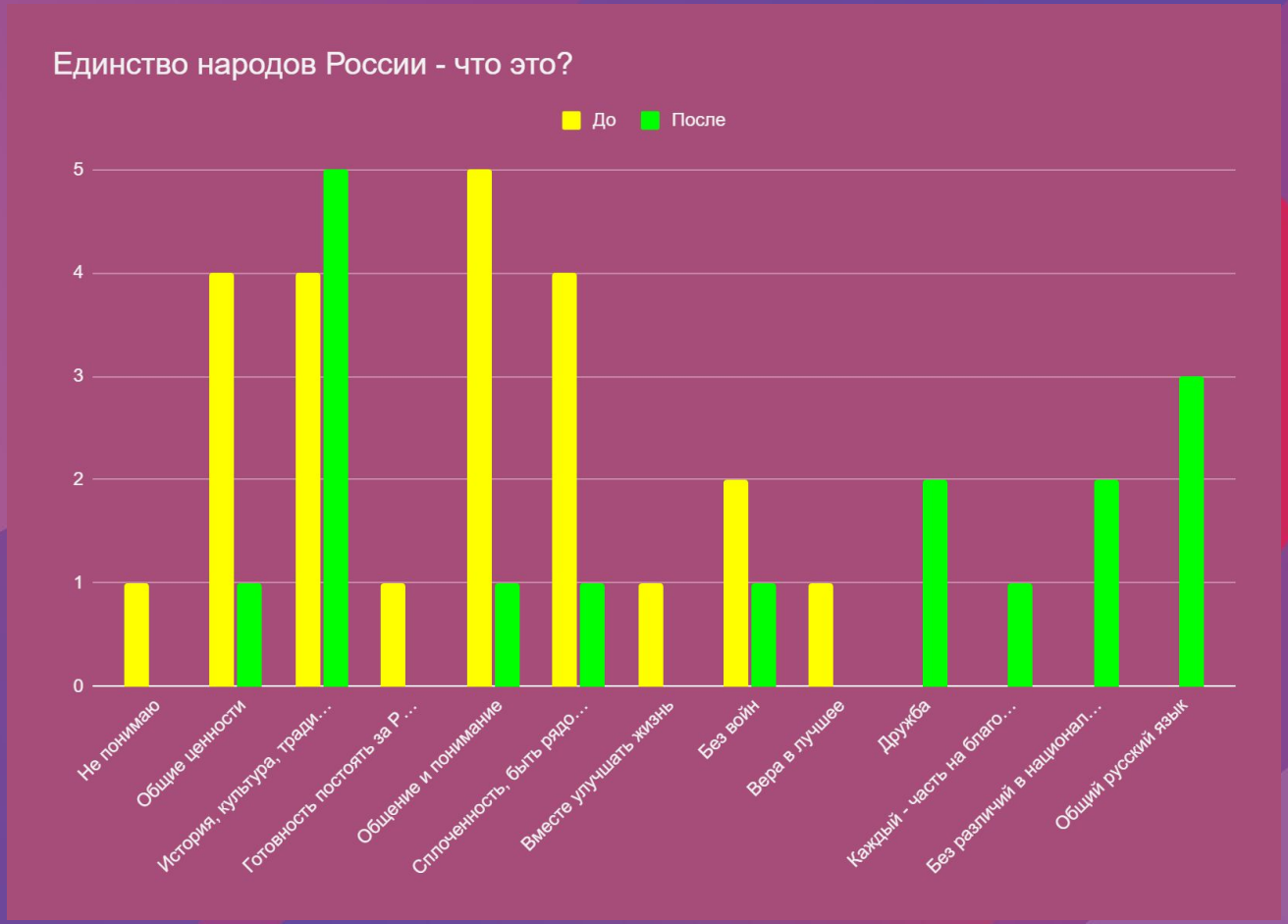
Опрос “после”: ноябрь-декабрь 2025 года



ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Влияние: сравнение опросов “до” и “после”



ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

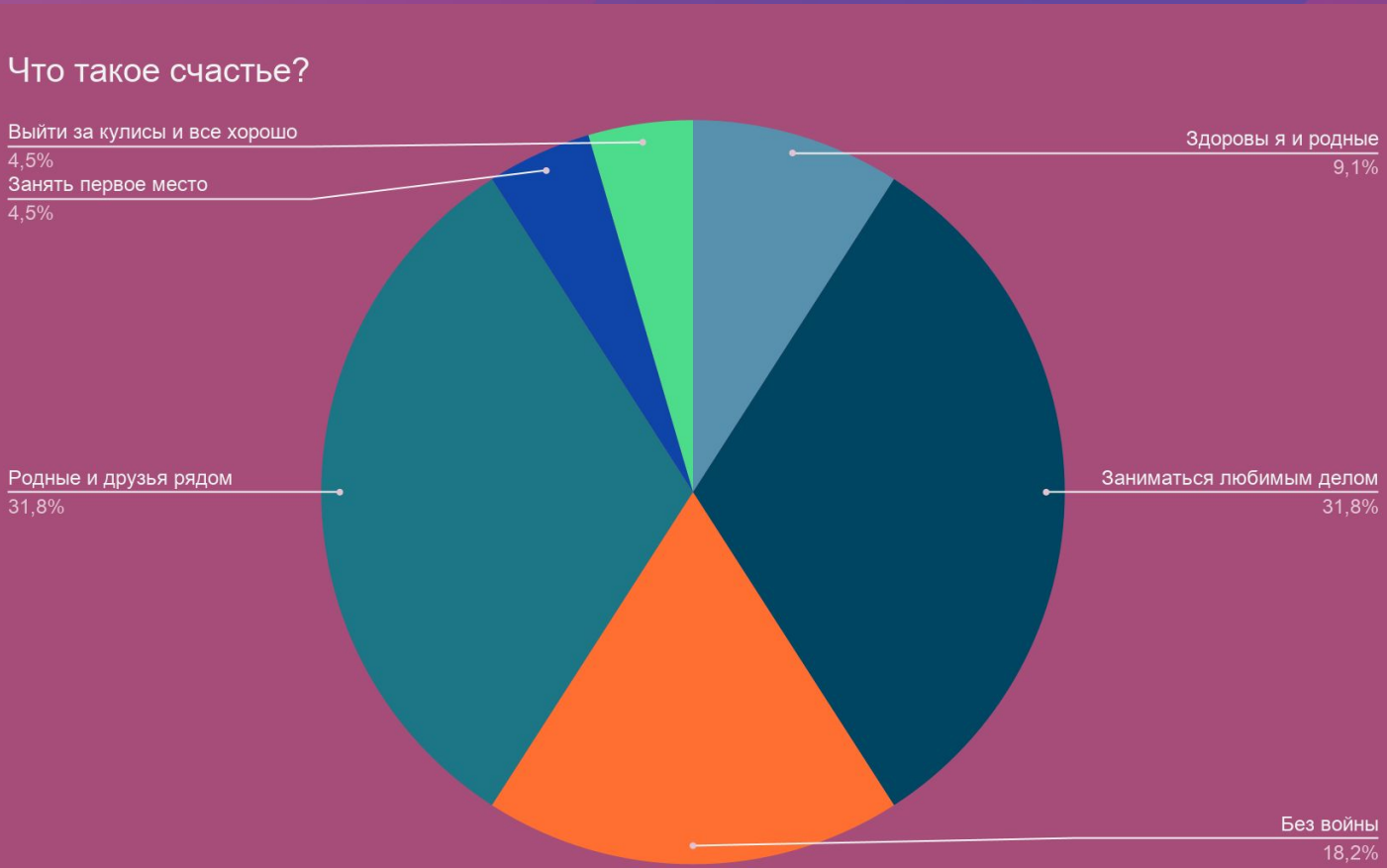
Влияние: сравнение опросов “до” и “после”



ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Иные ценности. Особенности Донбасса



ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Опрос в декабре 2025 года

Период проведения опроса: с 12 декабря 2025 года по 15 января 2026 года
Количество респондентов: 42 педагога и 54 обучающихся

Результаты опроса педагогов

- На вопрос «Способствовал ли фестиваль решению у детей в ваших коллективах проблем с коммуникацией, социализацией, целеполаганием, мотивацией?» 83% опрошенных педагогов ответили однозначно положительно.
- Большинство опрошенных отметили, что фестивалю удалось реализовать воспитательные функции путем приобщения детей и молодежи к лучшим образцам отечественного культурного наследия.
- 71% опрошенных педагогов оценили проведенные творческие встречи для руководителей коллективов, как эффективные.
- Детские мастер-классы 80% опрошенных также оценили, как полезные.

Результаты опроса обучающихся детских творческих коллективов художественной направленности.

- Дети возрастом от 6 до 17 лет отметили такие важные для них моменты фестиваля, как подарки, положительные эмоции, времяпрепровождение с коллективом, знакомство с профессионалами.
- 59% приняли участие в мастер-классах и оценили их для себя как полезные и эффективные.
- 100% опрошенных указали, что получили новые знания об отечественной культуре и искусстве в процессе подготовки к конкурсу.
- Все участники опроса однозначно готовы принять участие в фестивале в следующем году.

Полный отчет об исследовании

ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС.PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Результаты оценки

Подготовка проекта

- Сверхзадача фестиваля: укрепить ценности через возвращение детям очного общения
- Анализ документов: доминанта с ценностным наполнением по замыслу организаторов:
  - Специальная номинация «О той Войне, о той Весне!»
- Ценностной профиль ведущих мастер-классов:
  - Ценности проекта органичны личному профилю преподавателей

Воздействие и реакции

- Мониторинг СМИ и соцсетей. Охват “Фестиваль+ценность”:
  - СМИ 14,8 тыс.ч.\месяц
  - Соцсети 4,6 тыс.ч.\месяц
- Репертуарная политика предусматривает приоритет коллективизма, взаимопомощи и взаимоуважения

Влияние

- **Интервью До \ После**

Участники “Коллективизм, взаимопомощь” разделяют
До 60%
После 86,7%

“Единство народов России” понимают
До 82,6%
После 94,1%

- **Он-лайн опрос**

Преподаватели Рост уровня коллективизма и социализации отметили
83%

ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Выводы на основе проведенной оценки

Исходные данные

- До начала проекта ситуация с актуализацией ценностей:
  - снижение чувства коллективизма отметили 18,3% педагогов,
  - утрату навыков взаимопомощи и взаимоподдержки отмечают 11,6% педагогов.

Подготовка и реализация проекта

- На уровне подготовки фестиваля были обеспечены следующие предпосылки для проведения ценностей:
  - Сверхзадача фестиваля: укрепить ценности через возвращение детям очного общения - основной инструмент для проведения ценности “Коллективизм и взаимопомощь”
  - “Единство народов России” и “Патриотизм” обеспечивались, в том числе, введением в правила проведения мероприятий доминанты с ценностным наполнением - специальной номинации «О той Войне, о той Весне!»
  - Репертуарная политика включала большое число ценностей, при этом лидером стал “Коллективизм, взаимопомощь и взаимопонимание”, на втором и третьем местах - “Историческая память и преемственность поколений” и “Патриотизм” соответственно.

Влияние проекта

- Четыре последовательных исследования (опрос до начала проекта, глубинные интервью перед основным этапом и сразу после основного этапа, опрос после окончания проекта) показали:
  - Рост вовлеченности в групповые занятия и желание заниматься “вместе” (более чем на 40%). То есть социальная адаптация, значительно сниженная в период пандемии и боевых действия, восстанавливается (см. слайд 16)
  - Положительная динамика (более чем на 10%) наблюдается в понимании ценности “Единство народов России”

Рекомендации

- При получении грантов отдельно указывать на особенности региона, находящегося в зоне СВО, прежде всего приоритет ценностей, смежных с “Жизнью” (через безопастность и здоровье)
- При проведении фестиваля проработать задания преподавателям с прямым указанием проводимых ценностей
- Выбрать ценности, учитывающие основной репертуар (на практике “историческая память” и “Патриотизм” звучали “громче” двух из трёх заявленных ценностей).