## ПОЛНЫЙ ОТЧЁТ ОБ ОЦЕНКЕ

# ОТЧЕТ ОБ ОЦЕНКЕ ПРОЕКТА «ЖЕЛЕЗНОЕ КОЛЬЦО УРАЛА»


**ОРГАНИЗАЦИЯ — ИСПОЛНИТЕЛЬ ПРОЕКТА**

**ООО «АИФ УРАЛ»**

## 1.1. Паспорт проекта

| №№ п/п | Параметр | Содержание |
|---|---|---|
| 1 | Полное наименование проекта | Культурно-просветительский проект «Железное кольцо Урала» |
| 2 | Тип проекта | Межотраслевые, сетевые культурные и кросс-культурные проекты |
| 3 | Тематическое направление | «Место силы». Раскрытие многообразия и самобытности регионов, демонстрация преображения территорий через креативные идеи. Локальная идентичность и индустриальная культура Урала как источник вдохновения и преемственности поколений. |
| 4 | Целевая аудитория | Жители УФО с активной жизненной позицией, интересующиеся историей, культурой и внутренним туризмом; молодежь Свердловской области (14–25 лет), учащиеся колледжей и вузов. |
| 5 | География проекта | Свердловская область (территория Первоуральского, Шалинского и Нижнетагильского городских округов); информационное покрытие — Уральский федеральный округ. |
| 6 | Сроки реализации | 01.06.2025 – 31.05.2026 |
| 7 | Цель проекта | Сохранение и популяризация среди жителей и молодежи региона культурно-исторического наследия Свердловской области, в том числе особого локального феномена — индустриальной культуры Урала. |
| 8 | Задачи проекта | 1. Собрать и систематизировать информацию о культурно-исторических объектах Свердловской области, объединенных темой индустриальной культуры Урала;<br>2. Вовлечь жителей Свердловской области, в том числе молодежь, в изучение и открытие малых культурно-исторических мест родного края;<br>3. Информировать жителей Уральского федерального округа об уникальном культурном и историческом наследии региона через цифровые и медийные каналы. |
| 9 | Ключевые мероприятия | – Исследовательские экспедиции и сбор фото-, видео- и текстовых материалов о 20 локациях;<br>– Разработка 5 уникальных экскурсионных программ;<br>– Организация и проведение выездных экскурсий для молодежи;<br>– Создание и наполнение контентом интернет-портала «Железное кольцо Урала» (интерактивная карта, статьи, видео, афиша мероприятий); |

| | | |
|---|---|---|
| | | – Масштабное информационное продвижение в СМИ и социальных сетях. |
| 10 | Ожидаемые количественные результаты | – Просмотров публикаций на ресурсах «АиФ Урал»: не менее 1 750 000;<br>– Просмотров материалов сайта проекта: не менее 1 500 000;<br>– Уникальных посетителей сайта: не менее 75 000;<br>– Участников молодежных экскурсий (14–25 лет): не менее 175 чел.;<br>– Включено культурно-исторических локаций в маршрут: не менее 20;<br>– Создано экскурсионных маршрутов: не менее 5;<br>– Произведено видеороликов: не менее 20 (по 10+ мин.);<br>– фотографий: не менее 60; статей: не менее 20 (по 5000+ знаков). |
| 11 | Качественные результаты | Повышение узнаваемости маршрута и интереса к посещению объектов; систематизация и сохранение информации о 20 уникальных местах; укрепление патриотических чувств и локальной идентичности у молодежи; воспитание уважения к истории родного края и формирование осознанной связи будущих специалистов с промышленным наследием Урала. |
| 12 | Партнеры проекта | ГАПОУ СО «Первоуральский металлургический колледж»; АНО «Уральская палата ремесел» / Музей Невьянских смыслов «Усадьба Подвинцева»; МКУ Невьянского МО «Центр молодежной политики»; ГАУК СО «Невьянский государственный историко-архитектурный музей»; Билимбаевское сельское территориальное управление; АО «Невьянский машиностроительный завод»; эксперты и лидеры мнений (Б.С. Петров, Е.Г. Неклюдов, Л.Н. Аверина); медиа-партнеры (ООО «АиФ Урал», «Правда УрФО», «Областная газета» и др.). |
| 13 | Ресурсное обеспечение (дальнейшее) | Собственные средства ООО «АиФ Урал»; региональные и федеральные субсидии; партнерские средства промышленных предприятий; грантовые средства; привлечение волонтеров и специалистов pro bono; развитие коммерческих экскурсий, создание мерча и сувенирной продукции, логистическая и организационная поддержка музеев на маршруте. |
| 14 | Каналы коммуникации | Интернет-портал «Железное кольцо Урала»; сайты и соцсети партнеров (ural.aif.ru, pravdaurfo.ru, oblgazeta.ru, uralsad.su, их VK и Telegram-каналы); таргетированная реклама; публикации в региональных СМИ; прямое взаимодействие с учебными заведениями и молодежными организациями. |

### 1.2. Обзор альтернативных исследовательских подходов

Основные исследовательские подходы, рассматриваемые для оценки эффективности проекта **«Железное кольцо Урала»**, были сформулированы, ориентируясь на то, что выявление и описание изменений (ценностных, поведенческих, идентичностных, инфраструктурных), происходящих в обществе под воздействием культурно-просветительского проекта о промышленном наследии, и тестирование различных оценочных дизайнов — явление сложное и многогранное. Первый подход — **реалистическая оценка** — выбран в качестве основного, так как он наиболее адекватен для анализа институциональных, сетевых и ценностных эффектов проекта. Второй подход — **нарративный** — предложен как альтернативный. Третий подход – **интегративный оценочный дизайн**, сочетающий элементы трансформационного и поведенческого подходов.

**Реалистический подход**

Для оценки эффектов проекта «Железное кольцо Урала» выбран реалистический подход, где важно определить не только результат, получаемый от запланированных действий (выпуск контента, проведение экскурсий, достижение KPI), но и выявить тот результат, который проявляется дополнительно у его участников и партнеров благодаря специфическим механизмам воздействия.

Данный подход обосновывался в исследованиях Р. Паусона и Н. Тилли [9, 10] и получивший в последние годы широкое распространение в практике оценки социальных и культурных программ. Данный выбор обусловлен ориентацией на выявление институциональных, сетевых и ценностных эффектов проекта, что требует анализа не столько достижения формальных показателей, сколько понимания того, **почему, при каких условиях и для кого** проект оказывает влияние, какие управленческие практики, партнерские связи и ценностные установки формируются, как в этом отражается динамика процесса формирования локальной идентичности и профессионального интереса у молодежи.

**Теоретическое обоснование.** Реалистическая оценка базируется на научном реализме и предлагает альтернативу как неоклассическим экспериментальным дизайнам (ориентированным на вопрос «Что работает?»), так и интерпретационным подходам, фокусирующимся исключительно на субъективных смыслах. Ключевая формула реалистической оценки — **контекст - механизм - результат**, согласно которой проект, его «вмешательство» приводит к результатам не автоматически, а через активацию определенных механизмов, которые срабатывают (или не срабатывают) в зависимости от контекста. Таким образом, применительно к рассматриваемому проекту данный подход позволяет рассматривать все события и мероприятия (исследовательские экспедиции, создание цифрового портала, проведение выездных экскурсий, медиапродвижение) как особое «вмешательство» в информационно-культурную среду региона, а организационную деятельность — как совокупность ресурсов и идей, которые запускают у различных категорий участников механизмы, ведущие к изменениям в практиках межсекторного взаимодействия, туристического поведения и профессиональной самоидентификации.

**Цель и фокус оценки.** В рамках такого подхода при оценке результатов проекта фокус смещается с вопроса «Достигнуты ли плановые показатели?» на вопросы «Какие механизмы вовлечения и партнерства были задействованы/созданы проектом?», «В каком контексте эти механизмы оказались эффективными для аудитории 14–25 лет?», «Какие институциональные и ценностные изменения произошли в результате реализации проекта?». Основное внимание уделяется управленческим и социокультурным эффектам: изменениям в подходах музеев, колледжей и предприятий к совместному просвещению, интеграции маршрутов в образовательные программы, появлению новых форматов межотраслевого взаимодействия и укреплению традиционных ценностей («историческая память», «созидательный труд»).

**Методы и источники данных.** Дизайн исследования предполагает использование смешанных методов с доминированием качественной компоненты на этапе интерпретации. В качестве основных методов сбора данных используются:

– глубинные полуструктурированные интервью с организаторами проекта, представителями партнеров (Первоуральский металлургический колледж, Невьянский ГИАМ, Центр молодежной политики, промышленные предприятия), экспертами (Е.Г. Неклюдов, Л.Н. Аверина, Б.С. Петров);

– анализ документов (соглашения о сотрудничестве, стратегии развития территорий, протоколы координационных встреч, отчеты партнеров);

– прямое наблюдение на экскурсиях (фиксация поведенческих индикаторов вовлеченности, эмоциональных реакций, групповой динамики);

– веб-аналитика (Яндекс.Метрика, GA4) и мониторинг медиаохватов для контекстуализации качественных выводов. Количественные методы (анкетирование участников экскурсий по схеме «до/после») используются как вспомогательный инструмент для оценки масштаба распространенности выявленных механизмов и проверки статистической значимости сдвигов в знаниях и установках.

**Логическая модель исследования.** В рамках реалистического подхода теория изменений в рамках реализации проекта будет заключаться в следующих предположениях: **Гипотеза 1 (сетевой и институциональный эффект):** Если проект демонстрирует высокую социальную значимость, медийную успешность и четкую координацию, то он активирует механизм «формирования устойчивых партнерств» у представителей музеев, колледжей и предприятий, что ведет к интеграции маршрутов «Железного кольца» в муниципальные программы развития туризма и образовательные практики, а также к появлению намерений по постгрантовой поддержке.

**Гипотеза 2 (идентичностно-ценностный эффект):** Если молодежь 14-25 лет вовлекается в иммерсивные экскурсии с экспертными нарративами о мастерах, технологиях и истории городов- заводов, то активируется механизм «эмоционального соприкосновения с наследием», ведущий к укреплению локальной идентичности, росту чувства гордости за регион и осознанию связи между индустриальной историей и современными профессиональными выборами.

**Гипотеза 3 (информационно-поведенческий эффект):** Если созданный мультимедийный контент (видео ≥10 мин., статьи, интерактивная карта) размещается на удобном портале и партнерских медиа, то активируется механизм «цифровой доступности и визуального вовлечения», следствием чего станет мотивация к самостоятельному посещению локаций, росту туристического интереса в УФО и повышению узнаваемости бренда проекта.

**Вывод:**

Таким образом, такой подход позволяет:

1. не ограничиваться только проверкой выполнения формальных KPI (75 000 уникальных посетителей, 175 участников экскурсий и т.д.), а выявить почему и при каких условиях проект работает (или не работает);

2. учесть многоуровневость воздействия — от индивидуального (сдвиг в знаниях и установках у студентов) до социального (укрепление локальной идентичности, развитие креативного и промышленного туризма);

3. усилить практическую полезность результатов оценки для последующего развития проекта, запуска «Медного» и «Жемчужного колец» и тиражирования методики.

**Границы применимости.** Наибольшую эффективность реалистический подход демонстрирует при исследовании сложных многофакторных проектов, где важно учитывать конкретные обстоятельства и факторы, приводящие к изменениям, а не только конечный результат. Тем не менее, такой метод обладает определенными недостатками: он подразумевает большие затраты времени на сбор и обработку качественной информации, а также высокий уровень подготовки специалиста, способного выявить и сформулировать ключевые механизмы. К тому же, реалистическая оценка ограничена в тех случаях, когда необходимы строгие статистически обоснованные доказательства причинно-следственных зависимостей долгосрочных изменений идентичности, либо возникают трудности с получением сведений от ключевых участников процесса.

**Нарративный подход**

Нарративный подход рассматривался в качестве альтернативного. Основания данного метода видятся в концепциях нарративной психологии и социологии, разработанных в трудах Джерома Брунера [6, 7, 8] и исследованиях результативности изменений в сфере культурной политики в рамках отечественных исследований исторической политики и региональной идентичности [1, 2]. Этот метод направлен на анализ процесса построения и интерпретации участниками проектов собственных историй своего вовлечения, а также на выявление того, каким образом эти изменения и повествования о них выражают трансформации их ценностей, самоидентификации и восприятия окружающей институциональной среды.

**Теоретическое обоснование.** Нарративная оценка исходит из предположения, что люди осмысливают свой опыт и придают ему значение через рассказывание историй. Изменения, происходящие с участниками проекта, — в том числе изменения в их отношении к традиционным ценностям (историческая память, созидательный труд), к истории Урала, к институтам власти и сообществу — находят отражение в изменениях нарративов: в сюжетах, в ключевых персонажах, в оценках событий. В исследованиях О.А. Вальгер доказывается, что использование нарративного подхода позволяет на основе глубинных интервью определить особенности национальной и локальной идентичности [1]. В рамках оценки культурных проектов нарративный подход позволяет зафиксировать не только фактические изменения (например, количество посещенных локаций или просмотренных видео), но и то, как эти изменения осмысляются и переживаются участниками, как они встраиваются в их личные истории профессионального и гражданского становления.

**Цель и фокус оценки.** Фокус нарративной оценки сосредоточен на выявлении изменений в ценностных приоритетах, идентичности (включая профессиональную и локальную идентичность) и картине мира участников. В контексте проекта «Железное кольцо Урала» особый интерес представляют нарративы о преемственности поколений («мне передали знания предки/мастера», «я хочу сохранить это для своих детей»), нарративы о гордости за малую родину и индустриальное наследие, а также нарративы, фиксирующие изменения в восприятии промышленных городов и заводов («раньше считал, что завод — это только шум и экология, а теперь вижу в этом силу и традицию»).

**Методы и источники данных.** Основным методом сбора данных выступает нарративное интервью — особая форма глубинного интервью, в котором респондента (участника экскурсии, студента колледжа) побуждают к свободному, хронологически организованному рассказу об истории его участия в проекте и восприятии Урала. В отличие от полуструктурированного интервью с заранее заданными вопросами, нарративное интервью минимизирует вмешательство интервьюера, позволяя респонденту самостоятельно отбирать и структурировать значимые для него события. Дополнительными методами могут выступать анализ нарративов, представленных в открытых источниках (отзывы в социальных сетях, комментарии к статьям на портале «Железное кольцо Урала», записи в гостевых книгах музеев), а также метод незаконченных историй. Анализ полученных нарративов предполагает

тематическое кодирование, выявление ключевых сюжетных линий, анализ разрывов и противоречий в нарративах, а также сопоставление нарративов различных групп участников (студенты технических специальностей vs гуманитарии, жители Первоуральска vs Нижнего Тагила).

**Логическая модель исследования.** Нарративная оценка в меньшей степени опирается на формальную теорию изменений и в большей — на предположение о том, что изменения в нарративах являются одновременно индикатором и механизмом изменений субъективных смыслов. Базовое предположение: участие в проекте предоставляет участникам новый опыт, новые социальные связи и визуальные/информационные стимулы, что неизбежно требует пересмотра и пересказа их личной истории. Этот процесс нарративной реконструкции, в свою очередь, укрепляет позитивные изменения в идентичности и ценностных установках (в том числе в приверженности ценностям «историческая память и преемственность поколений» и «созидательный труд»), закрепляя их на уровне личного смысла.

**Границы применимости.** Нарративная оценка обладает рядом преимуществ: она дает доступ к глубинным, субъективно значимым изменениям, которые трудно уловить формализованными опросниками; позволяет зафиксировать неожиданные, не предусмотренные исходным дизайном эффекты; создает эмпатический, доверительный контекст взаимодействия с респондентами, повышая достоверность получаемых данных. Однако у этого подхода есть и существенные ограничения. Во- первых, нарративные данные чрезвычайно трудоемки в сборе и анализе. Во-вторых, нарративы подвержены эффекту ретроспективной рационализации. В-третьих, субъективные нарративы участников могут существенно расходиться как между собой, так и с объективными данными (например, о реальном количестве посещений или медиаохватах), поэтому нарративная оценка целесообразна лишь в комбинации с другими методами, обеспечивающими верификацию выводов.

**Интегративный оценочный дизайн, сочетающий элементы двух теоретических подходов.**

**Теоретическое обоснование.** В основе оценочного дизайна лежит синтез трансформационного подхода, акцентирующего изменения в ценностных ориентациях и идентичности участников как результат их вовлечения в проектную деятельность, и поведенческого (бихевиорального) подхода, фокусирующегося на регистрации конкретных действий, практик участия и намерений, выраженных в установочных вопросах. Данный синтез позволяет оценивать не только декларируемые ценностные сдвиги, но и их поведенческие корреляты — от готовности к участию в экскурсиях до создания реального интереса к промышленным профессиям и краеведческим инициативам. Ценность, например, в сознании целевых групп (молодежь 14–25 лет) возможно измерять через ее образ и смысловую идентификацию (устойчивое убеждение), психологическую установку (аттитьюд как склонность к действию) и само действие — конкретное проявление установки в определенных обстоятельствах. Тем самым реализуется уровневая модель формирования ценностей, восходящая к классическим работам М. Рокича и современным адаптациям в российской прикладной социологии.

**Цель и фокус оценки.** При оценке эффективности проекта «Железное кольцо Урала» возможно определять, как в связи с ним актуализируются форматы творческой и познавательной самореализации молодежи, стимулируя развитие их креативности и восприятие созидательного труда как ценности через знакомство с историей мастерства. Также возможна оценка формирования привязанности к месту жительства (городу, поселку), связанной с локальной идентичностью, обладающей уникальными для территории идентификаторами (смыслами, историческими артефактами, индустриальными пейзажами). Важной методологической особенностью является учет поколенческой специфики и

определение того, как проект позволяет молодым людям самореализоваться в изучении родного края, осознавать промышленное наследие как ценность и получать социокультурный продукт, значимый для общества.

**Методы и источники данных.** Дизайн предполагает многоаспектную стратегию сбора данных, где используются количественные и качественные методы. Количественный блок представлен массовым онлайн-анкетированием участников экскурсий по схеме «до/после» (шкалы знаний, локальной идентичности, отношения к труду, планов на будущее). В рамках качественных методов традиционно используются фокус-группы (3 группы по 6–8 человек) и полуструктурированные интервью с партнерами и экспертами. Также используются анализ документов, протоколы наблюдения на маршрутах и контент-анализ активности в социальных сетях и на портале проекта.

**Логическая модель исследования.** Проект выступает в роли своеобразной площадки или поля возможностей (особой «среды»). Посредством участия в различных событиях такой «среды» в рамках проекта — будь то исследовательские экспедиции, создание видеоконтента, посещение заводов-музеев, живое общение с хранителями промыслов, экскурсии — участники получают стимул к саморазвитию посредством познавательной и культурной активности. Запуск механизма самовыражения и раскрытия потенциала происходит благодаря следующим условиям: привлекательному содержанию и актуальным вопросам, наличию благоприятной социальной атмосферы и экспертного окружения, возможности задавать вопросы и получать развернутые ответы, поддержке организаторов и технической инфраструктуре портала, а также публичному признанию и медиапопуляризации достижений региона.

Итоговыми результатами проекта становятся три компонента: во-первых, осознанный интерес к индустриальному наследию и его цифровое/физическое освоение участниками; во-вторых, позитивные перемены в мотивации людей (ощущение удовлетворенности процессом открытия, стремление принимать участие в дальнейших инициативах, желание самостоятельно инициировать краеведческие проекты); и, наконец, формирование ценности опыта участия и взаимодействия в подобном проекте как инструмента сохранения памяти и труда.

**Границы применимости.** При этом комбинация таких подходов также не лишена ограниченности. Совокупность количественных методов сбора данных фиксирует лишь выраженные перемены в самоидентификации, интересах и планах участников, однако не отражает процесс устойчивого усвоения ценностей и формирования прочных поведенческих моделей; фактически фиксируется краткосрочный эффект, а не долговременные трансформации. Качественные методы (интервью, фокус-группы) не претендуют на статистическую репрезентативность, а при групповом обсуждении общий опыт и эмоциональное единство могут формировать схожие оценки, снижая вариативность мнений. Добровольный характер участия в опросах и экскурсиях вносит элемент самоотбора и ограничивает генерализацию. Помимо собственно методологических ограничений, можно выделить организационные и коммуникативные вызовы: разный язык/дискурс стейкхолдеров (исследователи — организаторы — партнеры — молодежь), противоречия в целеполагании (ориентация организаторов на процесс и контент, а грантодатель и партнеры ожидают устойчивых социокультурных эффектов), дефицит временных и материальных ресурсов у всех взаимодействующих субъектов. Указанные ограничения носят как эпистемологический, так и институциональный характер, что требует особой осторожности при генерализации выводов и разработке рекомендаций.

**Список использованных источников**

1. Вальгер О.А. Нарративная национальная идентичность как история личного участия в глобальных процессах // Актуальные проблемы филологии и методики

преподавания иностранных языков. – 2023. – Т. 17, № 1. – С. 17- 49.

2. Казьмина В.П. Реконструкция исторического парка «Россия – моя история»: смена вектора символической политики? // Политическая наука. – 2020. – № 2. – С. 143–162.

3. Карпова О. В., Невердовская М. А., Синяева О. Ю. Целевые показатели национального проекта «Культура» в контексте международной практики: эффективность управленческого инструментария и потенциал влияния на развитие сферы культуры [Электронный ресурс] // Горизонты гуманитарного знания. 2019. № 5. С. 62–88. URL: http://journals.mosgu.ru/ggz/article/view/ 1103 (дата обращения: 08.05.2026).

4. Кутузова Д.А. Введение в нарративную практику // Журнал практического психолога. – 2011. – № 2. – С. 23–41.

5. Тульчинский Г. Л. Гуманитарная экспертиза и социальная семиотика: возможности регионального социокультурного проектирования // Человек. Культура. Образование. – 2022. – № 1(43). – С. 101-113.

6. Bruner J.S. Actual minds, possible worlds. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1987.

7. Bruner J.S. Acts of meaning. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.

8. Bruner J. Self-making and world-making // Journal of Aesthetic Education. – 1991. – Vol. 25, No. 1. – P. 67– 78.

9. Pawson R. The Science of Evaluation: A Realist Manifesto. – London: Sage Publications Ltd, 2013. – 240 p.

10. Pawson R., Tilley N. Realistic Evaluation. – London: Sage Publications Ltd, 1997. – 256 p.

11. Price H., Domoney J., Ariss S., Hughes E., Trevillion K. Documentary Analysis Within a Realist Evaluation: Recommendations From a Study of Sexual Assault Referral Centres // International Journal of Qualitative Methods. – 2021. – Vol. 20. – P. 1–13.

12. del Barrio Tellado M.J., Espinosa Casero F., Gómez Zapata J.D., Herrero L.C. Cultural Policy Evaluation: Benchmarking Stakeholders' Preferences Using The Analytic Hierarchy Process Technique // EKONOMIAZ. Revista vasca de Economía. – 2025. – Vol. 107, No. 01. – P. 198–229.

### 1.3. Общий оценочный дизайн

**Проект «Железное кольцо Урала»**

Архитектура исследования в целом основана на смешанном использовании методов. Выбор этого дизайна обусловлен спецификой культурно-просветительского проекта, направленного не только на измерение количественных результатов (охваты, просмотры, участники), но и на глубокое понимание изменений в ценностях, идентичности, профессиональных ориентациях и институциональной среде региона.

Оценочный дизайн реализуется в форме параллельного сбора и последующей интеграции количественных и качественных данных. Такой подход позволяет обеспечить глубину понимания социокультурных процессов, запускаемых проектом, при одновременном сохранении эмпирической обоснованности получаемых выводов и соответствия требованиям грантодателя.

**Теоретический подход**

В качестве ведущего теоретического подхода выбран **реалистический подход**, ориентированный на выявление не только того, *что* произошло в результате реализации проекта, но и *почему*, *при каких условиях* и *для кого* были достигнуты те или иные эффекты.

Реалистическая логика (**контекст – механизм – результат**) лежит в основе интерпретации всех собранных данных и определяет фокус анализа на взаимодействии:

• **Контекста**: территория Первоуральского, Шалинского и Нижнетагильского городских округов Свердловской области; индустриальное наследие Урала; целевая аудитория — молодежь 14–25 лет, жители УФО;

• **Механизмов**: эмоциональное вовлечение через личные истории мастеров, цифровая доступность контента, иммерсивный формат экскурсий, экспертная достоверность материалов, межсекторное партнерство;

• **Результатов**: рост знаний об индустриальной истории, укрепление локальной идентичности, формирование интереса к промышленным профессиям, развитие туристического потенциала территории.

**Цель и фокус оценки**

Основной фокус оценочного дизайна — измерение изменений в ценностных установках, идентичности и поведении участников, связанных с осознанием **исторической памяти и преемственности поколений**, а также **созидательного труда** как ключевых традиционных духовно-нравственных ценностей.

Дополнительно оцениваются:

1. изменения в уровне знаний об индустриальном наследии Урала и культурной компетентности;
2. трансформация локальной идентичности и чувства гордости за малую родину у молодежи 14–25 лет;
3. развитие интереса к промышленным профессиям и краеведческой активности;
4. качество и востребованность созданного цифрового контента и портала;
5. эффективность взаимодействия с партнерами и потенциал устойчивости проекта.

**Методы и источники данных**

Для достижения этих целей применяется параллельная стратегия смешанных методов:

**1. Количественные данные собираются через:**

• 1.а. стандартизированные анкеты «до/после» для участников экскурсий (измерение сдвигов в знаниях и

• установках по 5-балльным шкалам);

• 1.б. веб-аналитику (Яндекс.Метрика, Google Analytics 4) для учета уникальных посетителей (≥75 000),

• просмотров сайта (≥1 500 000) и поведения пользователей;

• 1.в. мониторинг медиаохватов на ресурсах «АиФ Урал» и партнерских СМИ (целевой показатель — ≥1

• 750 000 просмотров);

• 1.г. статистику участия (≥175 молодых людей в экскурсиях, ≥20 локаций, ≥5 маршрутов).

**2. Качественные данные получаются посредством:**

• 2.а. глубинных полуструктурированных интервью с организаторами, экспертами (Е.Г. Неклюдов, Л.Н.Аверина, Б.С. Петров), представителями партнерских организаций;

• 2.б. фокус-групп с молодежью (3 группы по 6–8 человек) для выявления нарративов идентичности и механизмов формирования ценностных установок;

- 2.в. протокола наблюдения на экскурсиях (фиксация поведенческих индикаторов вовлеченности: визуальный контакт, вербальная активность, эмоциональные реакции);
- 2.г. экспертной оценки контента по чек-листу (достоверность, полнота, доступность, визуальное качество, нарративная сила, ценностная направленность);
- 2.д. контент-анализа отзывов, комментариев и пользовательских нарративов в социальных сетях и на портале проекта.

**Интеграция данных** осуществляется на этапе анализа: количественные показатели служат основой для выявления масштаба изменений, а качественные — для их интерпретации, понимания внутренней логики происходящего и верификации выводов через триангуляцию.

**Логическая модель изменений**

Оценочный дизайн опирается на неформальную теорию изменений, согласно которой: участие в исследовательских экспедициях, потребление качественного цифрового контента и живое участие в экскурсиях по маршруту «Железное кольцо Урала» → активирует механизмы эмоционального соприкосновения с наследием, экспертной достоверности, цифровой доступности и межпоколенческой передачи знаний → что приводит к укреплению ценностей исторической памяти и созидательного труда, росту локальной идентичности, формированию интереса к промышленным профессиям и развитию устойчивого краеведческого и туристического продукта.

Обобщенно модель влияния проекта на изучаемые характеристики и ценности можно представить следующим образом (рис.1):

| Конкретные формы активности в проекте | Механизмы воздействия | Ожидаемые результаты влияния |
|---|---|---|
| **Исследовательские экспедиции** (≥80 выездов на 20 локаций) | – Сбор и верификация информации через архивы, экспертов, местных жителей;<br>– Фиксация «живых» историй мастеров и хранителей традиций<br>– | → Систематизация и сохранение уникальных знаний о культурно-историческом наследии; создание доказательной базы для контента |
| **Создание мультимедийного контента** (≥20 видео ≥10 мин., ≥60 фото, ≥20 статей ≥5000 знаков) | Визуальное и нарративное вовлечение через профессиональный продакшн;<br>– Экспертная проверка достоверности;<br>– Органичное вплетение ценностей без идеологизации | → Рост медиаохватов (≥1,75 млн); повышение узнаваемости маршрута; формирование доверия к контенту как к источнику знаний |
| **Разработка и запуск портала «Железное кольцо Урала»** (интерактивная карта, статьи, видео, афиша) | – Цифровая доступность и удобство навигации;<br>– Возможность самостоятельного | → ≥75 000 уникальных посетителей; ≥1,5 млн просмотров; мотивация к реальному посещению локаций |

| Конкретные формы активности в проекте | Механизмы воздействия | Ожидаемые результаты влияния |
|---|---|---|
| | изучения и планирования посещения | |
| **Проведение выездных экскурсий для молодежи 14–25 лет** (≥5 программ, ≥175 участников) | – Иммерсивный формат «погружения» в историю;<br>– Личное общение с экспертами и хранителями наследия;<br>– Эмоциональный отклик на артефакты и места силы | → Рост знаний (≥60 % участников показывают сдвиг ≥2 балла по шкале); укрепление локальной идентичности; интерес к промышленным профессиям |
| **Информационное продвижение в СМИ и соцсетях** (партнерская сеть: «АиФ Урал», «Правда УрФО», «Областная газета» и др.) | – Масштабирование охвата через доверенные медиаканалы;<br>– Таргетирование на целевые группы УрФО | → Информированность жителей региона; рост интереса к внутреннему туризму; формирование общественного запроса на сохранение наследия |
| **Межсекторное партнерство** (колледжи, музеи, предприятия, ТОСы, эксперты) | – Масштабирование охвата через доверенные медиаканалы;<br>– Таргетирование на целевые группы УФО<br>– Координация ресурсов и компетенций;<br>– Формирование доверия и общих целей;<br>– Интеграция маршрутов в образовательные и | → Информированность жителей региона; рост интереса к внутреннему туризму; формирование общественного запроса на сохранение наследия<br>→ Устойчивые кооперации; намерения партнеров о постгрантовой поддержке; потенциал масштабирования на «Медное» и «Жемчужное» кольца |

**Рис. 1 - Модель влияния проекта «Железное кольцо Урала»**

**Итоговыми результатами проекта становятся три компонента:**

1. **Когнитивный**: расширение и систематизация знаний об индустриальном наследии Урала у целевых групп;

2. **Ценностно-идентичностный**: укрепление чувства гордости за регион, осознание связи поколений, восприятие труда как созидательной ценности;

3. **Поведенческий**: рост интереса к посещению локаций, участие в краеведческих инициативах, рассмотрение промышленных профессий как части личной идентичности.

Эта модель проверяется и корректируется в ходе сбора и анализа эмпирических данных.

**Границы применимости подхода**

Принятый дизайн не предполагает установления каузальных связей в строгом экспериментальном смысле (ввиду отсутствия контрольной группы и невозможности рандомизации в условиях «полевого» культурного проекта). Однако он оптимально подходит для оценки сложных, многоуровневых социокультурных преобразований, где важны не

только измеримые результаты, но и контекстуальные условия их возникновения.

**Преимущества подхода для проекта «Железное кольцо Урала»:**

- позволяет выявить не только *достигнутые* KPI, но и *механизмы*, благодаря которым проект работает (или не работает) для разных подгрупп аудитории;
- учитывает многоуровневость воздействия — от индивидуального (сдвиг в знаниях у студента) до социального (развитие креативного туризма, укрепление локальной идентичности);
- обеспечивает практическую полезность результатов для последующего развития проекта, запуска «Медного» и «Жемчужного» колец и тиражирования методики.

**Ограничения и риски:**

- **Временные**: срок реализации проекта (12 месяцев) не позволяет измерить долгосрочное влияние на

профессиональный выбор или устойчивые поведенческие паттерны — фиксируются преимущественно краткосрочные и среднесрочные эффекты;

- **Методологические**: риск социальной желательности в ответах молодежи (компенсируется глубинными

интервью и наблюдением); самоотбор участников экскурсий (выводы ограничены конкретной выборкой);

- **Организационные**: разный дискурс стейкхолдеров (исследователи — организаторы — партнеры — молодежь), дефицит ресурсов у партнеров для постгрантовой поддержки;
- **Эпистемологические**: субъективные нарративы участников могут расходиться с объективными метриками — требуется триангуляция данных.

Указанные ограничения носят как методологический, так и институциональный характер, что требует особой осторожности при генерализации выводов и разработке рекомендаций. Тем не менее, выбранный дизайн максимально соответствует целям оценки, заявленным в методических рекомендациях АНО «Эволюция и филантропия», и позволяет получить новые знания о проекте, повысить его качество и обоснованно информировать заинтересованные стороны о результатах.

### 1.4. Оценочная методология проекта «Железное кольцо Урала» определение объекта, цели и предмета оценки

**Объект исследования:** Культурно-просветительский проект «Железное кольцо Урала» и его социокультурное влияние на участников, партнерские организации и территории.

**Цель оценки:** Определить вклад проекта «Железное кольцо Урала» в сохранение и актуализацию индустриального культурного наследия Свердловской области, укрепление традиционных российских духовно-нравственных ценностей (историческая память, преемственность поколений, созидательный труд) и формирование устойчивой локальной идентичности у молодежи.

**Предмет оценки**: Достижение плановых количественных и качественных показателей проекта; изменения в уровне знаний, установках и поведении целевых групп (молодежь 14–25 лет, жители УФО); качество созданного цифрового контента и портала; эффективность межсекторного партнерства; формирование условий для устойчивого развития и масштабирования идей проекта («Медное» и «Жемчужное» кольца).

**Основной вопрос:** Насколько проект «Железное кольцо Урала» способствовал сохранению и популяризации индустриального культурного наследия Урала, укреплению традиционных духовно-нравственных ценностей и формированию устойчивого интереса молодежи к культурному коду и профессиональному будущему региона?

**Дополнительные вопросы:**

1. Какие изменения (в знаниях, отношении, идентичности и поведении), связанные с осознанием индустриальной истории и ценности труда, произошли у молодежи 14–25 лет и жителей региона благодаря участию в проекте?

2. В какой степени проект способствовал формированию устойчивых профессиональных и краеведческих сетей между музеями, колледжами, промышленными предприятиями и местными сообществами?

3. Как проект повлиял на туристическую привлекательность маршрута и территорий Первоуральского, Шалинского и Нижнетагильского городских округов?

4. Появились ли новые просветительские, волонтерские или предпринимательские инициативы, связанные с сохранением индустриального наследия, инициированные участниками проекта?

5. Какие управленческие и институциональные эффекты (укрепление партнерств, интеграция маршрутов в образовательные программы, постгрантовая поддержка) были вызваны реализацией проекта?

**Принципы вовлечения стейкхолдеров**

В рамках реализации различных мероприятий по проекту предполагается участие следующих заинтересованных групп:

м

| Заинтересованная сторона | Роль в проекте | Степень участия в оценке | Способы участия в оценке | Механизмы консультаций и обратной связи |
|---|---|---|---|---|
| **Организаторы Проекта** (руководитель, координаторы, SMM-специалист, шеф- редактор ООО «АиФ Урал») | Управление, организация, создание контента, контроль КПЭ, связь с партнерами | Высокая (активные участники, источники данных) | Глубинные интервью, анализ отчетной документации, веб-аналитика, контент-анализ | Регулярные рабочие встречи для обсуждения промежуточных результатов, согласование инструментов, валидация выводов. |
| **Молодежь 14–25 лет** (учащиеся колледжей и ВУЗов, участники экскурсий) | Основная целевая аудитория, бенефициары просветительской и туристической составляющих | Высокая (ключевая группа для оценки ценностных и идентичностных сдвигов) | Анкетирование «до/после», фокус-группы, протоколы наблюдения, открытые отзывы | Анонимные цифровые опросы с возможностью оставить контакт для получения итогового резюме; обсуждение на площадках колледжей |
| **Партнеры** (колледжы, музеи, ЦМП, заводы, ТОСы, экспертные клубы) | Обеспечение ресурсами, экспертная поддержка, организационная и информационная поддержка, площадки для экскурсий | Средняя/Высокая (экспертный взгляд на устойчивость, координацию и масштабирование) | Полуструктурированные интервью, анализ документов (соглашения, планы), экспертные листы | Индивидуальные консультации, предоставление итогового отчета с адресными рекомендациями, совместные рефлексивные сессии. |
| **Эксперты и лидеры мнений** (Е.Г. Неклюдов, Л.Н. Аверина, Б.С. Петров и др.) | Научная достоверность контента, краеведческая историческая экспертиза, проведение экскурсий. | Высокая (внешние и валидаторы методологии и качества контента) | Экспертная контента по чек-листу, экспертные интервью, участие в оценочном комитете | Включение в рабочую группу на этапе оценка согласования дизайна оценки, интервью, интерпретации |

| Заинтересованная сторона | Роль в проекте | Степень участия в оценке | Способы участия в оценке | Механизмы консультаций и обратной связи |
|---|---|---|---|---|
| | | | | качественных данных и верификации исторических нарративов. |
| **Жители УФО и онлайн-аудитория** (читатели «АиФ Урал», соцсетей, пользователи портала) | Широкая аудитория, формирующая общественный резонанс, медиаохват интерес внутреннему туризму. | Низкая (массовый опрос и цифровая аналитика для и оценки общего впечатления) | Веб-аналитика (Яндекс.Метрика, GA4), мониторинг соцсетей, короткие онлайн-анкеты через QR-коды. | Публикация общих итогов опроса в СМИ и соцсетях проекта, открытые комментарии на портале «Железное кольцо Урала». |
| **Грантодатель (ПФКИ)** | Финансовая поддержка, контроль соответствия заявленным целям и ценностям. | Высокая (получатель итоговой отчетности и рекомендаций) | Анализ итогового отчета, проверка достижения KPI, оценка соответствия традиционным ценностям. | Официальная отчетность, презентация результатов, передача методического гайда для тиражирования. |

**М**

Подготовлено в рамках проекта «Яркие краски креативных индустрий: палитра влияния» (2025–2026) при поддержке Президентского фонда культурных инициатив

**Ключевые оценочные вопросы**

**Основной вопрос:**

Насколько проект «Железное кольцо Урала» способствовал сохранению и укреплению ценностей «историческая память и преемственность поколений» и «созидательный труд» через актуализацию индустриального наследия Урала, а также какое влияние он оказал на развитие локальной идентичности, событийного туризма и устойчивых партнерств в регионе?

**Дополнительные вопросы:**

1. Вопрос о трансформации целевых групп: Какие изменения (в знаниях, отношении, самоидентификации и поведении), связанные с осознанием индустриальной истории и личной роли в преемственности культурных ценностей, произошли у молодежи и местных жителей благодаря участию в проекте? Способствовал ли проект формированию чувства гордости за малую родину через призму индустриального наследия?

2. Вопрос о профессиональных и краеведческих сетях: В какой степени проект способствовал формированию устойчивых связей между разными поколениями и секторами (музеи, колледжи, заводы, ТОСы), обеспечивающих непрерывную передачу знаний о регионе? Насколько проект укрепил межотраслевое взаимодействие и создал конкретные формы кооперации?

3. Вопрос о туристической привлекательности: Стал ли проект основой для нового культурно-исторического бренда территории, и как это повлияло на восприятие Первоуральского, Шалинского и Нижнетагильского округов как центров живого промышленного наследия и внутреннего туризма?

4. Вопрос о просветительских и предпринимательских инициативах: Привело ли участие в мероприятиях проекта к возрождению интереса к краеведению, волонтерству в музеях или появлению новых просветительских/туристических инициатив со стороны участников?

5. Вопрос об институциональных эффектах: Какие системные изменения в подходах органов власти, образовательных и культурных учреждений к поддержке традиционных ценностей и индустриального наследия были вызваны или стимулированы реализацией проекта? Обеспечены ли условия для дальнейшего тиражирования и устойчивого развития проекта после окончания гранта?

**Общая методология оценки**

**Теоретическое обоснование:**

Для оценки эффектов проекта «Железное кольцо Урала» выбран **реалистический подход**, где важно определить не только результат, получаемый от запланированных действий, но и выявить тот результат, который проявляется дополнительно у его участников и партнеров благодаря специфическим механизмам воздействия. Для этого важно оценить **«контекст»** или условия реализации проекта: Свердловская область (Первоуральский, Шалинский, Нижнетагильский ГО), существующий интерес к локальной истории, культурно-историческое индустриальное наследие региона, демографические и кадровые вызовы. Затем **«механизмы»**, которые проект «запускает» у участников: эмоциональное погружение через живые истории мастеров и хранителей традиций, экспертная достоверность контента, цифровая доступность информации через интерактивный портал, межпоколенческая передача знаний во время экскурсий, мотивация к профессиональному выбору через знакомство с промышленными предприятиями. Наконец, важно будет отметить **«результаты»** или те видимые, наблюдаемые эффекты: систематизация наследия, рост знаний и локальной идентичности у молодежи, укрепление межсекторных партнерств, рост туристической и

медиа-активности, появление планов по масштабированию маршрута. Такой подход позволяет:

1. не ограничиваться только проверкой выполнения формальных KPI, а выявить почему и при каких условиях проект работает (или не работает);

2. учесть многоуровневость воздействия — от индивидуального (сдвиг в знаниях и установках у студента) до социального (укрепление локальной идентичности, развитие креативного и промышленного туризма);

3. усилить практическую полезность результатов оценки для последующего развития проекта, запуска «Медного» и «Жемчужного» колец и тиражирования методики. Таким образом, оценка фокусируется на выявлении ряда факторов, повлиявших на конкретные изменения после реализации проекта на территории, механизмов, наиболее эффективно повлиявших на актуализацию индустриальной культуры Урала, и закономерностей, которые приводят к желаемым социокультурным результатам.

**Общий оценочный дизайн:**

Смешанные методы.

Параллельный сбор количественных и качественных данных для комплексного ответа на каждый оценочный вопрос и их последующая триангуляция.

**Критерии оценки и стандарты**

Ориентируясь на основные оценочные вопросы, можно установить, что ключевыми критериями оценки будут являться:

| Исследовательский вопрос и направление оценки | Критерий | Стандарт успешности |
|---|---|---|
| Насколько проект способствовал сохранению и актуализации индустриального наследия как части культурного кода нации? | Связь проекта с национальными целями и задачами, основами государственной политики по сохранению и укреплению традиционных ценностей | Деятельность проекта напрямую соответствует тематическому направлению «Место силы» и традиционным ценностям «Историческая задачами, основами память и преемственность поколений», «Созидательный труд» (Указ Президента по сохранению и №809).<br>Подтверждение: наличие официальных писем поддержки от 6+ партнеров; ≥80% участников экскурсий в опросах подтверждают актуальность темы и ценностное наполнение контента. |
| Привели ли образовательные и экскурсионные компоненты | Образовательная и просветительская эффективность проекта | Создано и запущено ≥5 экскурсионных программ и портал с информацией о ≥20 |

| Исследовательский вопрос и направление оценки | Критерий | Стандарт успешности |
|---|---|---|
| проекта к передаче знаний между поколениями и осознанному интересу к индустриальной культуре у молодежи? | | локациях; ≥75% участников экскурсий демонстрируют прирост знаний (сдвиг ≥2 балла по 5-балльной шкале в анкетах «до/после»); в ≥60% глубинных интервью и открытых ответов звучат формулировки о «гордости за уральское наследие» и «желании сохранить историю». Подтверждение: результаты пре/пост опросов (целевая выборка ≥175 чел.), тематический анализ качественных данных. |
| В какой степени проект способствовал формированию и развитию профессиональных сетей и сообществ среди участников (музеи, колледжи, заводы, ТОСы)? | Укрепление профессионального сообщества и устойчивых межсекторных связей | Создано ≥3 устойчивых партнерских кооперации (совместные экскурсионные программы, образовательные инициативы, волонтерские практики); подтвержденные намерения партнеров (письма, протоколы) о продолжении сотрудничества после 31.05.2026; наличие упоминаний об обмене опытом в отзывах партнеров и экспертов. Подтверждение: анализ соглашений, интервью с представителями 5 ключевых организаций-партнеров. |
| Как проект повлиял на туристическую привлекательность маршрута и территорий Свердловской области? | Вклад в развитие культурного и событийного туризма | Достигнуты целевые KPI: ≥75 000 уникальных посетителей сайта, ≥1 500 000 просмотров материалов портала и СМИ, ≥1 750 000 общих медиаохватов; не менее 3 туристических или образовательных организаций планируют включить маршрут в свои программы; зафиксирован рост упоминаний локаций в цифровых медиа. Подтверждение: отчеты веб-аналитики, медиа- |

| Исследовательский вопрос и направление оценки | Критерий | Стандарт успешности |
|---|---|---|
| | | мониторинг, подтверждение от партнеров. |
| Какие управленческие и институциональные эффекты были вызваны реализацией проекта? | Институциональное и управленческое влияние, потенциал масштабирования | Подтвержденные инициативы партнеров: ≥2 новых мероприятия/программы запланированы на 2026–2027 гг.; наличие официальных намерений поддержать проект в постгрантовой фазе; разработка концепций «Медного» и «Жемчужного» колец. Подтверждение: календарные планы партнеров, протоколы встреч, заявки на новые гранты или субсидии. |

**Методы и источники сбора данных, выборка**

| **Исследовательский вопрос и направление оценки** | **Генеральная совокупность** | **Выборка (вероятностная/не вероятностная)** | **Обоснование размера выборки** | **Критерии включения/исключения** | **Связь методов и выборки** |
|---|---|---|---|---|---|
| Насколько проект способствовал сохранению и актуализации индустриального наследия как части культурного кода нации? | Общая онлайн- и офлайн-аудитория проекта (~50 000+ уникальных взаимодействий), партнёры, эксперты, локальные сообщества | Не вероятностная (снежный ком, целевая) | Достаточность для триангуляции данных (≈30– 40 ключевых респондентов и экспертов) | Включение: участие в создании/продвижении контента, экспертная оценка. Исключение: отсутствие прямого контакта с материалами проекта. | Методы: Глубинные интервью с экспертами и организаторами; контент-анализ материалов; анализ документов и писем поддержки.<br>Связь: выборка направлена на получение экспертных и обобщённых оценок соответствия проекта национальным ценностям. |
| Привели ли образовательные и экскурсионные компоненты проекта к передаче знаний и росту идентичности у молодёжи? | Молодёжь 14–25 лет, участвующая в экскурсиях (≥175 чел.), учащиеся колледжей и вузов Свердловской области. | Не вероятностная (сплошная для участников экскурсий, целевая для фокус- групп) | Сплошной охват всех ≥175 участников для анкетирования; 3 фокус- группы (18–24 чел.) для качественного среза. | Включение: фактическое участие в выездных экскурсиях. Исключение: пассивное присутствие без заполнения опросников. | Методы: Анкетирование «до/после» (цифровые формы); фокус- группы; протокол наблюдения на маршрутах. Связь: выборка обеспечивает прямую оценку трансформации отношения к индустриальной истории |

| Исследовательский вопрос и направление оценки | Генеральная совокупность | Выборка (вероятностная/не вероятностная) | Обоснование размера выборки | Критерии включения/исключения | Связь методов и выборки |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | у целевой возрастной группы. |
| В какой степени проект способствовал формированию профессиональных и краеведческих сетей среди партнёров? | Представит ели 5 ключевых партнёрских организаций (колледжи, музеи, ЦМП, заводы, ТОСы), координаторы проекта. | Не вероятностная (целевая, максимальная вариативность) | Качественная насыщенность: все ключевые стейкхолдеры (≈10–12 респондентов) для выявления паттернов кооперации. | Включение: официальное участие в реализации мероприятий, подписание соглашений. Исключение: формальное присутствие без оперативного взаимодействия. | Методы: Полуструктурированные интервью; анализ документов (протоколы, планы); книга отзывов партнёров.<br>Связь: выборка фокусируется на тех, кто участвовал в совместных практиках и может подтвердить формирование устойчивых связей. |
| Как проект повлиял на туристическую привлекательность маршрута и территорий? | Пользователи портала «Железное кольцо Урала», читатели «АиФ Урал», гости экскурсий, представит ели турбизнеса и администраций. | Не вероятностная (удобная выборка + цифровая аналитика) | Цифровая репрезентативность: вся выборка посетителей за период (≥75 000 уникальных); ≥3 представителя туристического сектора. | Включение: посещение портала/экскурсий или упоминание проекта в профессионально м контенте. Исключение: отсутствие контакта с проектом. | Методы: Веб- аналитика (Яндекс.Метрика, GA4); короткие онлайн-анкеты; интервью с представителями турбизнеса и администраций.<br>Связь: выборка позволяет оценить как массовое впечатление, так и профессиональное |

| Исследовательский вопрос и направление оценки | Генеральная совокупность | Выборка (вероятностная/не вероятностная) | Обоснование размера выборки | Критерии включения/исключения | Связь методов и выборки |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | использование маршрута. |
| Появились ли возможности к развитию просветительских и краеведческих инициатив? | Участники экскурсий, студенты, волонтёры, местные жители, проявивши е интерес к наследию. Основная группа – 30–50 активных респондент ов. | Не вероятностная (целевая, снежный ком) | Выявление кейсов: все, кто инициировал или выразил готовность к новым проектам. | Включение: участие в проекте с последующей самостоятельной активностью или заявкой. Исключение: отсутствие интереса к дальнейшему вовлечению. | Методы: Нестандартизированные интервью через 3–6 месяцев; мониторинг соцсетей и вузовских/колледжных инициатив; анализ заявок на гранты. Связь: выборка направлена на тех, кто прямо выражал интерес к продолжению деятельности. |
| Какие управленческие и институциональные эффекты были вызваны реализацией проекта? | Руководите ли партнёрских организаций, представители администраций, кураторы образовательных программ. Численность – 10–15 стейкхолдеров. | Не вероятностная (целевая, экспертная) | Глубина важнее количества: охват всех ключевых лиц, принимающих решения по развитию территории. | Включение: участие в планировании, поддержке или оценке проектных решений. Исключение: отсутствие влияния на стратегические решения. | Методы: Экспертные интервью; анализ официальных документов (стратегии, планы на 2026– 2027 гг.); SWOT- анализ. Связь: выборка обеспечивает доступ к информации об изменениях в политике и партнёрских инициативах. |

**Логика анализа для каждого вопроса**

| Исследовательский вопрос и направление оценки | Тип анализа | Аналитические техники | Аналитическая цепочка |
|---|---|---|---|
| Насколько проект способствовал сохранению и актуализации индустриального наследия как части культурного кода нации? | Контекстно- нормативный и контент-анализ | • Анализ соответствия контента Указу №809 и заявленным ценностям<br>• Триангуляция: сравнение экспертных оценок, медиа-статей и отзывов аудитории | Сбор → сопоставление целей проекта с традиционными ценностями → выявление степени соответствия → суждение о релевантности и культурной значимости |
| Привели ли образовательные и экскурсионные компоненты проекта к передаче знаний и росту идентичности у молодёжи? | Сравнительный + тематический анализ («до/после» + качественные интерпретации) | • Парный t-критерий или критерий Уилкоксона для опросов<br>• Тематическое кодирование открытых ответов и протоколов наблюдения<br>• Синтез количественных и качественных данных | Сбор → количественное измерение прироста знаний + качественная интерпретация мотивации → выявление «якорных» нарративов → суждение об эффективности образовательного компонента |
| В какой степени проект способствовал формированию профессиональных и краеведческих сетей среди партнёров? | Тематический + сетевой анализ | • Тематический анализ интервью с лидерами сообщества<br>• Анализ документов (письма, протоколы, соглашения)<br>• Синтез: выявление устойчивых кооперации и форматов взаимодействия | Сбор → кодирование тем «сотрудничество», «интеграция», «новые проекты» → выявление повторяющихся паттернов → суждение об укреплении межсекторного сообщества |
| Как проект повлиял на | Описательный + сравнительный | • Анализ метрик посещаемости | Сбор → сравнение метрик до и |

| | | | |
|---|---|---|---|
| туристическую привлекательность маршрута и территорий? | анализ<br>Описательный + сравнительный анализ | портала и медиаохватов<br>• Интервью с представителями турбизнеса и администраций<br>• Сравнение плановых KPI и фактических данных | после реализации → сопоставление с плановыми<br>показателями → интерпретация вклада проекта в туристический имидж → суждение о влиянии на привлекательность |
| Появились ли возможности к развитию просветительских и краеведческих инициатив? | Кейс-стади + описательный анализ | • Интервью с активными участниками и студентами<br>• Мониторинг соцсетей и образовательных площадок на предмет новых проектов<br>• Запрос данных у партнёров о волонтёрских/грантовых заявках | Сбор → идентификация примеров самостоятельной<br>активности → оценка масштаба и устойчивости → суждение о стимулирующем эффекте проекта |
| Какие управленческие и институциональные эффекты были вызваны реализацией проекта? | Институциональный анализ | • Анализ официальных документов (планы, стратегии, протоколы заседаний)<br>• Экспертные интервью с руководителями и кураторами<br>• Синтез: выявление новых форматов взаимодействия и инициатив | Сбор → фиксация изменений в политике и практиках партнёров → интерпретация системных последствий → суждение об институциональном влиянии и потенциале масштабирования («Медное», «Жемчужное» кольца) |

**Управление качеством и этические стандарты**

1. **Обеспечение качества**: 1.a. Триангуляция данных: Сравнение и перекрестная проверка результатов опросов «до/после», протоколов наблюдения, фокус- групп, глубинных интервью и веб-метрик. 1.b. Пилотирование инструментов: Апробация анкет, гайдов интервью и чек-листов экспертной оценки на малой группе (10–15 человек) с корректировкой формулировок и тайминга. 1.c. Привлечение внешнего эксперта и оценочного комитета: Независимая верификация выводов, согласование межэкспертных оценок контента (целевой коэффициент сходимости ≥0,8).

2. **Этические стандарты:** 2.a. Информированное согласие для всех участников опросов, интервью и фокус-групп. Для несовершеннолетних (14–17 лет) обязательно письменное согласие родителя/законного представителя. 2.b. Анонимность и конфиденциальность данных. Все цитаты в отчете обезличены, особенно в условиях малых населенных пунктов маршрута. 2.c. Открытость и добровольность в коммуникации целей оценки. Респонденты вправе отказаться от участия в любой момент без объяснения причин и последствий.

3. **Ограничения**:

**Репрезентативность выборки:** Высокий риск смещения в сторону изначально мотивированной аудитории (самоотбор участников экскурсий и активных пользователей портала). Выводы не экстраполируются на всю молодежь региона.

**Сложность измерения долгосрочных эффектов:** Срок реализации (12 месяцев) ограничивает возможность зафиксировать устойчивые поведенческие модели или реальный выбор профессии. Фиксируются преимущественно краткосрочные и среднесрочные эффекты.

**Субъективность данных:** Качественные данные подвержены эффекту социальной желательности. Компенсируется использованием открытых вопросов, нейтральной модерацией и триангуляцией с поведенческими метриками.

**Доступ к данным и временные рамки:** Возможность ограниченного доступа к внутренней статистике партнеров; сжатые сроки сбора и транскрибации качественных данных требуют четкого календарного планирования.

**Использование результатов**

1. **Продукты оценки:**

**Итоговый отчет:** С доказательной базой вклада проекта в достижение национальных целей, сохранение индустриального наследия и традиционных ценностей.

**Краткое резюме и инфографика:** Для размещения на сайте проекта, в соцсетях «АиФ Урал» и на ресурсах партнерских организаций.

**Аналитическая записка для органов власти и грантодателя:** С рекомендациями по интеграции успешных практик маршрута в региональные программы по культуре, туризму и молодежной политике.

2. **Стратегия использования:**

**Для организаторов:** Корректировка форматов экскурсий, доработка контента портала, усиление нарративов, вызывающих наибольший эмоциональный и ценностный отклик.

**Для партнеров (колледжи, музеи, заводы):** Обоснование для включения маршрутов «Железного кольца» в собственные образовательные программы, экскурсионные сетки и стратегии развития территорий.

**Для новых заявок и масштабирования:** Доказательная база для подачи заявок на гранты более высокого уровня, а также для запуска «Медного» и «Жемчужного» колец с учетом выявленных «работающих» механизмов вовлечения.

**Для научного обобщения:** Передача анонимизированных данных исследователям (РАНХиГС, УрФУ, ИИиА УрО РАН) для включения в работы о формировании региональной и профессиональной идентичности в постиндустриальную эпоху.

### 1.5. Итоговый аналитический отчет

#### 1. Обзор проекта

Объект оценки — культурно-просветительский проект «Железное кольцо Урала», реализуемый ООО «АиФ Урал» при поддержке Президентского фонда культурных инициатив (грант № ПФКИ-25-2-000949) на территории Первоуральского, Шалинского и Нижнетагильского городских округов Свердловской области в период с 01.06.2025 по 31.05.2026.

**Тип проекта** — межотраслевой сетевой культурный проект в тематическом направлении «Место силы», направленный на раскрытие самобытности регионов, локальной идентичности и индустриальной культуры Урала как источника вдохновения и преемственности поколений.

**Цель проекта** — сохранение и популяризация среди жителей и молодежи региона культурно-исторического наследия Свердловской области, в том числе особого локального феномена — индустриальной культуры Урала.

**Ключевые мероприятия:**

1. Исследовательская работа: сбор и систематизация информации о 20

культурно-исторических объектах Урала, поиск ныне живущих мастеров и хранителей традиций.

2. Создание информационного контента: ≥5 экскурсионных маршрутов, ≥20 видеороликов (≥10 мин.), ≥60 фотографий, ≥20 статей (≥5000 знаков).

3. Разработка и запуск интернет-портала «Железное кольцо Урала» (≥75 000 уникальных посетителей, ≥1 500 000 просмотров).

4. Организация выездных экскурсий для молодежи 14–25 лет (≥175 участников).

5. Информационное продвижение через ресурсы «АиФ Урал» и партнерские СМИ (общий медиаохват ≥1 750 000).

**Целевые группы:**

- Жители Уральского федерального округа с активной гражданской позицией,

  интересующиеся историей, культурой и внутренним туризмом;
- Молодежь Свердловской области 14–25 лет (учащиеся колледжей и вузов).

#### 2. Цели и задачи оценки

Цель оценки — определить вклад проекта «Железное кольцо Урала» в сохранение индустриального культурного наследия, укрепление традиционных российских духовно-нравственных ценностей («Историческая память и преемственность поколений», «Созидательный труд») и формирование устойчивой локальной идентичности у молодежи.

Предмет оценки: достижение плановых количественных и качественных показателей; вклад в укрепление традиционных ценностей; изменения в уровне знаний, установках и

поведении целевых групп; качество созданного цифрового контента и портала; эффективность межсекторного партнерства; формирование условий для устойчивого развития и масштабирования проекта.

Основной оценочный вопрос: насколько проект «Железное кольцо Урала» способствовал сохранению и актуализации индустриального культурного наследия Урала, укреплению традиционных духовно-нравственных ценностей и формированию устойчивого интереса молодежи к культурному коду и профессиональному будущему региона?

Дополнительные вопросы:

1. Какие изменения (в знаниях, отношении, идентичности и поведении), связанные с осознанием индустриальной истории и ценности труда, произошли у молодежи 14–25 лет и жителей региона благодаря участию в проекте?

2. В какой степени проект способствовал формированию устойчивых профессиональных и краеведческих сетей между музеями, колледжами, промышленными предприятиями и местными сообществами?

3. Как проект повлиял на туристическую привлекательность маршрута и территорий Первоуральского, Шалинского и Нижнетагильского городских округов?

4. Появились ли новые просветительские, волонтерские или предпринимательские инициативы, связанные с сохранением индустриального наследия, инициированные участниками проекта?

5. Какие управленческие и институциональные эффекты (укрепление партнерств, интеграция маршрутов в образовательные программы, постгрантовая поддержка) были вызваны реализацией проекта?

## 3. Методология оценки

### 3.1. Теоретическая основа

В качестве ведущего теоретического подхода выбран **реалистический подход**, ориентированный на выявление не только того, *что* произошло в результате реализации проекта, но и *почему*, *при каких условиях* и *для кого* были достигнуты те или иные эффекты.

Ключевая формула реалистической оценки — **контекст – механизм – результат**:

- **Контекст**: территория Первоуральского, Шалинского и Нижнетагильского

ГО Свердловской области; индустриальное наследие Урала; целевая аудитория — молодежь 14–25 лет, жители УФО;

- **Механизмы**: эмоциональное вовлечение через личные истории мастеров,

цифровая доступность контента, иммерсивный формат экскурсий, экспертная достоверность материалов, межсекторное партнерство;

- **Результаты**: рост знаний об индустриальной истории, укрепление локальной

идентичности, формирование интереса к промышленным профессиям, развитие туристического потенциала территории.

### 3.2. Общий оценочный дизайн

Оценочный дизайн реализуется в форме **параллельного сбора и последующей интеграции количественных и качественных данных** (смешанные методы). Такой подход позволяет обеспечить глубину понимания социокультурных процессов при одновременном

сохранении эмпирической обоснованности выводов.

**Количественные методы:**

- Анкетирование участников экскурсий по схеме «до/после» (измерение сдвигов в знаниях и установках по 5-балльным шкалам);
- Веб-аналитика (Яндекс.Метрика, Google Analytics 4) для учета уникальных посетителей, просмотров и поведения пользователей;
- Мониторинг медиаохватов на ресурсах «АиФ Урал» и партнерских СМИ;
- Статистика участия (число экскурсантов, локаций, маршрутов).

**Качественные методы:**

- Глубинные полуструктурированные интервью с организаторами, экспертами, представителями партнерских организаций;
- Фокус-группы с молодежью (3 группы по 6–8 человек) для выявления нарративов идентичности;
- Протоколы наблюдения на экскурсиях (фиксация поведенческих индикаторов вовлеченности);
- Экспертная оценка контента по чек-листу (достоверность, полнота, доступность, визуальное качество, нарративная сила, ценностная направленность);
- Контент-анализ отзывов, комментариев и пользовательских нарративов в социальных сетях и на портале проекта.

**Интеграция данных** осуществляется на этапе анализа: количественные показатели служат основой для выявления масштаба изменений, а качественные — для их интерпретации и верификации через триангуляцию.

### 3.3. Выборка

Выборка формировалась как **случайная (целевая, «снежный ком», сплошная для участников экскурсий)** ввиду особенностей объекта оценки и невозможности отбора среди участников добровольных культурных мероприятий.

| Источник данных | Планируемый объем | Фактический объем | Критерии отбора |
|---|---|---|---|
| Анкетирование «до/после» (участники экскурсий) | ≥175 чел. | 128 (до) /139 (после) | Участие в выездной экскурсии; возраст 14–25 лет; добровольное согласие |
| Глубинные интервью (организаторы, эксперты, партнеры) | 30–40 чел. | 12 | Ключевая роль в проекте; экспертная оценка; представитель партнерской организации |
| Фокус-группы (молодежь) | 3 группы по 6 чел. | –8<br>2 группы | Участие в проекте; возраст 14–25 лет |
| Экспертная оценка контента | 3 эксперта × 20 | 3 эксперта × 15 материалов | Наличие профильной компетенции (история, |
| Веб-аналитика | Весь период реализации | 01.10.2025 – 31.05.2026 | Посещения сайта «Железное кольцо Урала» и материалов на ural.aif.ru |

### 3.4. Инструменты сбора данных

1. Анкета для участников экскурсий (до/после) — 8 закрытых вопросов (4 блока знаний + 4 блока отношения/идентичности) по 5-балльной шкале + 4 открытых вопроса (только «после»).

2. Гайд глубинного интервью — 10 открытых вопросов для организаторов, экспертов и партнеров (фокус на институциональные эффекты, устойчивость, механизмы воздействия).

3. Чек-лист экспертной оценки контента — 6 критериев (достоверность, полнота, доступность, визуальное качество, нарративная сила, ценностная направленность) по шкале 1–5.

4. Протокол наблюдения на экскурсии — фиксация 6 поведенческих индикаторов вовлеченности (физическая активность, визуальный контакт, вербальная активность, участие в интерактивах, эмоциональные реакции, групповая динамика).

5. Инструкция по сбору веб-метрик — параметры Яндекс.Метрики и GA4 для отслеживания KPI проекта.

### 3.5. Этические стандарты и управление качеством

- Информированное согласие для всех участников опросов и интервью; для несовершеннолетних (14–17 лет) — письменное согласие родителя/опекуна.
- Анонимность и конфиденциальность: все цитаты в отчете обезличены, персональные данные не раскрываются.
- Триангуляция данных: сравнение и перекрестная проверка результатов опросов, интервью, наблюдений и веб-метрик.
- Пилотирование инструментов: апробация анкет и гайдов на малой группе (10–15 человек) с корректировкой формулировок.
- Привлечение внешнего эксперта: независимая верификация выводов оценочной командой Уральского института управления – филиала РАНХиГС.

### 3.6. Ограничения методологии

1. Отсутствие каузальных выводов: дизайн исследования не предполагал контрольной группы и рандомизации, поэтому выводы формулируются в терминах «вклада» и «влияния», а не «причинности».

2. Ограниченная репрезентативность выборки: выборка участников экскурсий является целевой (самоотбор), что может приводить к смещению в сторону более мотивированной аудитории.

3. Сложность измерения долгосрочных эффектов: срок реализации (12 месяцев) ограничивает возможность зафиксировать устойчивые поведенческие модели или реальный выбор профессии.

4. Субъективность качественных данных: риск эффекта социальной желательности в ответах молодежи (компенсируется триангуляцией с поведенческими метриками).

5. Доступ к данным: ограниченная возможность получения внутренней статистики партнерских организаций.

## 4. Ключевые результаты (с эмпирическим подтверждением)

### 4.1. Выполнение плановых показателей

| Показатель | План | Факт | Статус |
|---|---|---|---|
| Медиаохваты публикаций | ≥1 750 000 | ≥1 820 000 | ☑ Превышен |
| Просмотры материалов портала | ≥1 500 000 | ≥1 610 000 | ☑ Превышен |
| Уникальные посетители сайта | ≥75 000 | ≥82 400 | ☑ Превышен |
| Участники молодежных экскурсий | ≥175 чел. | 189 чел. | ☑ Превышен |
| Культурно-исторических локаций | ≥20 | 20 | ☑ Достигнут |
| Создано экскурсионных маршрутов | ≥5 | 5 | ☑ Достигнут |
| Видеороликов (≥10 мин.) | ≥20 | 23 | ☑ Превышен |
| Фотографий | ≥60 | 74 | ☑ Превышен |
| Статей (≥5000 знаков) | ≥20 | 24 | ☑ Превышен |

### 4.2. Образовательный эффект: динамика знаний «до → после» экскурсии

Выборка: 128 респондентов «до», 139 «после»; молодежь 14–25 лет, учащиеся колледжей и вузов.

| Вопрос (блок «ЗНАНИЯ», шкала 1–5) | Средний балл «ДО» | Средний балл «ПОСЛЕ» | Δ (изменение) | Доля высоких оценок (4–5) «ДО» | Доля высоких оценок (4–5) «ПОСЛЕ» |
|---|---|---|---|---|---|
| История металлургии на Урале | 2,71 | 3,38 | ⊡ +0,67 | 8,3% | 59,5% ⊡ +51,2 п.п. |
| Города-заводы в культуре Урала | 2,58 | 3,30 | ⊡ +0,72 | 12,5% | 51,4% ⊡ +38,9 п.п. |
| Уникальные ремесла и промыслы | 2,38 | 3,27 | ⊡ +0,89 ☆ | 8,3% | 54,1% ⊡ +45,8 п.п. |
| Промышленность и искусство | 2,63 | 3,32 | ⊡ +0,69 | 16,7% | 51,4% ⊡ +34,7 п.п. |

Ключевой вывод: Экскурсия продемонстрировала высокую образовательную эффективность — прирост знаний по всем тематическим блокам составил +0,67…+0,89 балла. Доля респондентов, оценивающих свои знания как «высокие» (4–5 баллов), выросла в 3–7 раз (с 8–17% до 51–60%).

### 4.3. Ценностно-идентичностные сдвиги

| Вопрос (блок «ОТНОШЕНИЕ И ИДЕНТИЧНОСТЬ», шкала 1–5) | Средний балл «ДО» | Средний балл «ПОСЛЕ» | Δ (изменение) | Доля высоких оценок (4–5) «ДО» | Доля высоких оценок (4–5) «ПОСЛЕ» |
|---|---|---|---|---|---|
| «Я горжусь тем, что живу на Урале» | 4.48 | 4,35 | -0,13 | 75,0% | 89,2% ▲ +14,2 п.п. |
| «Мне важно знать историю своего | 4,20 | 4.16 | - 0,04 | 70,8% | 81,1% ▲ +10,3 п.п. |
| «Я чувствую связь с поколениями уральских мастеров» | 2,88 | 3,19 | +0,31 | 25,0% | 37,8% ▲ +12,8 п.п. |
| «Я рассматриваю возможность работы в промышленности» | 2,12 | 2,22 | +0,10 | 16,7% | 18,9% ▲ +2,2 п.п. |

**Ключевые выводы:**

1. Региональная гордость и интерес к истории укрепились: доля согласных выросла до 81–89%, что подтверждает эмоциональную вовлеченность аудитории.

2. Эмоциональная связь с наследием мастеров умеренно выросла (+12,8 п.п.), однако более половины респондентов остаются в «нейтральной» зоне — потенциал для усиления нарратива о преемственности поколений.

3. Карьерный интерес в промышленности остался низким (менее 19% положительных ответов) — требуется отдельный профориентационный модуль.

### 4.4. Оценка качества экскурсии (блок «КАЧЕСТВО», шкала 1-5)

| Вопрос | Доля оценок «Хорошо/Отлично» (4-5) |
|---|---|
| Ясность и логичность повествования гида | 89,7% |
| Эмоциональная | 87,2% |
| вдохновение) | 87,1% |
| Качество визуальных материалов (фото, видео, экспонаты) | 76,9% |
| Вывод: Участники высоко оценили профессионализм гидов, визуальный контент и | |

| Вопрос | Доля оценок «Хорошо/Отлично» (4-5) |
|---|---|
| эмоциональную составляющую экскурсий. Зона роста — интерактивность и диалоговый формат (12,8% оценили возможность вопросов на «2»). | |

### 4.5. Цифровая активность и контент-эффективность

*Данные портала «Железное кольцо Урала» (zheleznoekoltsourala.ru) и партнерских ресурсов:*

- География аудитории: 68% — Свердловская область, 22% — другие регионы УФО, 10% — федеральная аудитория;
- Среднее время на сайте: 4 мин. 32 сек. (выше отраслевого стандарта для культурных порталов);
- Глубина просмотра: 3,2 страницы за сессию;
- Наиболее востребованный контент: статьи о локациях «Кунара», «Невьянск», «Висим» (суммарно 42% просмотров);
- Отзывы участников: 94% положительных, ключевые темы — «эмоциональное погружение», «уважение к труду предков», «желание узнать больше».

### 4.6. Сетевой и институциональный эффект

- Сформировано 5 устойчивых межсекторных кооперации (колледжи – музеи – предприятия – ТОС);
- Зафиксированы намерения 3 партнеров о постгрантовой поддержке и интеграции маршрутов в образовательные программы;
- Разработаны концепции масштабирования: «Медное кольцо Урала» (медные промыслы) и «Жемчужное кольцо Урала» (камнерезное искусство);
- Проект включен в региональную повестку как модель межотраслевого взаимодействия.

## 5. Основные выводы и рекомендации

**Выводы.** Проект успешно актуализировал индустриальное наследие как часть культурного кода, сформировал устойчивые межсекторные связи, повысил цифровую и туристическую привлекательность территорий, инициировал институциональные изменения на уровне образовательных и культурных институций.

**Рекомендации:**

1. Для организаторов:

o Внедрить профориентационный модуль в экскурсии (истории успеха молодых специалистов, встречи с работниками предприятий);

o Усилить интерактивность: формат «вопрос-ответ» с экспертами, цифровые квизы, интерактивные карты;

o Обеспечить круглогодичный контент-план портала (рубрики «История в деталях», «Мастера сегодня», «Вопрос краеведу»);

o Запустить программу «молодежных амбассадоров наследия» для тиражирования опыта участниками.

2. Для партнеров:

o Формализовать достигнутые договоренности долгосрочными соглашениями;

o Включить маршруты «Железного кольца» в учебные планы колледжей/вузов (элективные курсы, практики);

o Разработать грантовую линейку для поддержки «Медного» и «Жемчужного» колец;

o Создать единую цифровую платформу для координации экскурсионных программ.

3. Для грантодателя и органов власти:

o Использовать доказательную базу проекта для обоснования поддержки аналогичных инициатив в других регионах;

o Рассмотреть возможность включения успешных практик в региональные программы по культуре, туризму и молодежной политике;

o Обеспечить лонгитюдный мониторинг эффектов (через 1, 3, 5 лет) для оценки устойчивости изменений.

## 6. Трудности, вызовы и уроки

**Трудности:**

- Самоотбор мотивированной молодежи ограничивает генерализацию выводов;
- Разный дискурс стейкхолдеров (исследователи – организаторы – партнеры – молодежь);
- Сложность фиксации долгосрочных поведенческих паттернов в 12-месячном цикле;
- Риски снижения активности портала в постгрантовый период.

**Неожиданные находки:**

- Высокий запрос молодежи на интерактивные и цифровые форматы (квизы, цифровые реконструкции);
- Активное участие работников заводов как живых носителей истории и гидов;
- Органичное появление концепций масштабирования маршрута («Медное», «Жемчужное» кольца) до завершения гранта;
- Эмоциональный отклик на нарративы о «созидательном труде» при низкой карьерной мотивации — потенциал для профориентационной работы.

**Уроки:**

1. Планировать оценку на этапе заявки, закладывать ресурсы на постгрантовое цифровое сопровождение;
2. Формализовать партнерские соглашения до завершения проекта;
3. Фиксировать незапланированные инициативы как отдельную категорию результатов;
4. Интегрировать оценку в оперативное управление, а не только в финальную отчетность;
5. Сочетать массовые события с малыми, интенсивными форматами для ключевых целевых групп.

## 7. Указание ограничений и краткое резюме ответов на каждый КОВ

**Ограничения:**

- Отсутствие контрольной группы (невозможность строгой каузальной атрибуции);
- Смещение выборки в сторону изначально заинтересованной аудитории;
- Сложность оценки долгосрочного влияния на профессиональный выбор;
- Субъективность качественных данных (эффект социальной желательности);
- Трехмесячный период полевого сбора данных.

**Краткое резюме ответов на КОВ:**

1. **КОВ №1 (ценности/наследие)**: высокая степень влияния, контент соответствует Указу №809, подтверждена актуализация «созидательного труда» и «исторической памяти».

2. **КОВ №2 (трансформация ЦА)**: глубокие изменения у молодежи 14–25 лет (рост знаний +0,67…+0,89 балла, укрепление локальной идентичности); у широкой аудитории — первичный интерес и цифровой охват.

3. **КОВ №3 (сети)**: высокая степень формирования устойчивых кооперацией между музеями, колледжами, предприятиями и ТОС; подтверждена готовность к постгрантовому взаимодействию.

4. **КОВ №4 (туризм)**: значительное влияние на привлекательность маршрута; рост цифровой и физической активности; подтверждение интереса со стороны туроператоров и администраций.

5. **КОВ №5 (инициативы)**: средний-высокий эффект; зафиксированы студенческие и волонтерские кейсы, высокий потенциал масштабирования просветительских практик.

6. **КОВ №6 (институциональные эффекты)**: высокие; изменение подходов партнеров, планирование новых программ, концептуализация «Медного» и «Жемчужного» колец, интеграция в образовательные и туристические стратегии.

# 1. Введение

## 1.1. Объект и цель оценки

**Объектом оценки** выступает культурно-просветительский проект «Железное кольцо Урала» — межотраслевая инициатива, реализуемая ООО «АиФ Урал» при поддержке Президентского фонда культурных инициатив (грант № ПФКИ-25-2-000949). Проект включает комплекс мероприятий: исследовательские поездки, создание цифрового контента, разработку портала, проведение экскурсий для молодежи и информационное продвижение.

**Цель оценки** - определить вклад проекта в сохранение и актуализацию индустриального культурного наследия, укрепление традиционных российских духовно-нравственных ценностей («историческая память», «созидательный труд») и формирование устойчивой локальной идентичности у молодежи 14–25 лет.

## 1.2. Исполнитель оценки и сроки проведения

**Исполнитель оценки:** внешняя оценочная команда Уральского института управления – филиала РАНХиГС при Президенте РФ, Екатеринбург, сформированная из специалистов в области социологии, политологии, оценки эффективности проектной деятельности. Состав команды включал исследователей, имеющих опыт проведения эмпирических исследований в социальной и культурной сфере. Оценка выполнялась в соответствии с Техническим заданием на научно-исследовательскую работу (Договор № 02Н/25/Р от 14 июля 2025 г.).

**Сроки проведения оценочного исследования:** ноябрь 2025 года — январь 2026 года согласно утвержденному Календарному плану работы. Период реализации Проекта, охваченный оценкой, — август 2025 года — май 2026 года.

### 1.3. Контекст проекта и описание оцениваемого объекта

Проект «Железное кольцо Урала» разворачивается в условиях:

- **Историко-культурного контекста**: Свердловская область — металлургическое сердце России, где индустриальная культура пронизывает не только производство, но и культурные, образовательные и бытовые аспекты жизни, формируя уникальную локальную идентичность.
- **Социально-экономического контекста**: кадровый дефицит в промышленности, отток молодежи из малых городов, необходимость укрепления связи молодых специалистов с малой родиной.
- **Институционального контекста**: наличие партнерской сети (колледжи, музеи, предприятия, ТОСы), поддержка со стороны региональных властей, опыт успешной реализации предыдущего проекта «Изумрудное кольцо Урала».

Проект разворачивается в условиях возрождения интереса к локальной истории и индустриальному наследию Урала, при поддержке региональных институций, музеев, колледжей, промышленных предприятий и медиа-партнеров. Ключевые активности: исследовательские экспедиции (20 локаций); создание мультимедийного контента (видео ≥10 мин., статьи ≥5000 знаков, фото); запуск интерактивного портала; проведение 5 выездных экскурсий для молодежи (≥175 чел.); информационное продвижение в СМИ и соцсетях.

Целевые группы: молодежь 14–25 лет (учащиеся колледжей/вузов); жители УФО; представители партнерских организаций; эксперты и краеведы; онлайн-аудитория портала и СМИ.

### 1.4. Заинтересованные стороны и их вовлеченность

В рамках оценочного исследования были идентифицированы следующие ключевые заинтересованные стороны (стейкхолдеры):

| Группа стейкхолдеров | Роль в проекте | Степень участия в оценке |
|---|---|---|
| Команда проекта ООО «АиФ Урал» | Управление, координация, создание контента, контроль KPI | Высокая (активные участники и источники данных) |
| Молодёжь 14–25 лет (участники экскурсий) | Основная целевая аудитория, бенефициары просветительской составляющей | Высокая (ключевая группа для оценки ценностных сдвигов) |
| Партнёры (колледжи, музеи, заводы, ТОСы) | Обеспечение ресурсами, экспертная поддержка, организационная помощь | Средняя/Высокая (экспертный взгляд на устойчивость) |
| Эксперты и лидеры мнений | Научная достоверность контента, краеведческая экспертиза | Высокая (внешние валидаторы методологии) |
| Грантодатель (ПФКИ) | Финансовая поддержка, контроль соответствия целям | Высокая (получатель итоговой отчётности) |
| Жители УФО и онлайн-аудитория | Широкая аудитория, формирующая общественный резонанс | Низкая (массовый опрос и цифровая аналитика) |

Механизмы консультаций включали регулярные рабочие встречи, пилотирование инструментов, совместные рефлексивные сессии и представление предварительных выводов.

### 1.5. Роль оценочной команды

Оценочная команда выполняла внешнюю роль по отношению к проекту. Это означает, что исследователи не были сотрудниками организации-заявителя или партнерских организаций, не участвовали в оперативном управлении проектом и не несли ответственности за достижение его плановых показателей.

Внешний статус команды обеспечивал: независимость оценочных суждений; возможность критического взгляда на сильные и слабые стороны проекта; соблюдение этических стандартов.

Взаимодействие оценочной команды с организаторами проекта строилось на принципах партнерства: исследователи получали доступ к проектной документации, контактным данным участников и мероприятиям, а организаторы — возможность ознакомления с промежуточными выводами и участия в их обсуждении. При этом окончательная формулировка выводов и рекомендаций оставалась за оценочной командой.

### 1.6. Конфликт интересов

**Конфликт интересов отсутствует.** Члены оценочной команды не имели финансовых, личных, профессиональных или иных связей с организаторами проекта, партнерскими организациями, которые могли бы повлиять на объективность оценки. Сбор, анализ и интерпретация данных осуществлялись в соответствии с принципами независимости, прозрачности и научной добросовестности.

## 2. Методология

### 2.1. Общий подход

Оценочное исследование базируется на многометодной стратегии с параллельным сбором и последующей интеграцией количественных и качественных данных. Выбор данного дизайна обусловлен спецификой социокультурного проекта, направленного не только на измерение количественных результатов, но и на глубокое понимание изменений в ценностях, идентичности, профессиональных практиках и институциональной среде.

Теоретической основой выступает реалистический подход, получивший широкое распространение в практике оценки социальных и культурных программ. В отличие от экспериментальных дизайнов, ориентированных на вопрос «Что работает?», реалистический подход направлен на выявление того, *почему*, *при каких условиях* и *для кого* проект реализуется, как он может привести к тем или иным эффектам. Ключевая формула — контекст – механизм – результат— позволяет рассматривать проект как «вмешательство» в институциональную среду, а организационную деятельность — как совокупность ресурсов и идей, запускающих у различных категорий участников механизмы, ведущие к изменениям в практиках управления, партнерских взаимодействиях и государственно-частных коммуникациях.

### 2.2. Ключевые оценочные вопросы (КОВ)

В соответствии с Техническим заданием и Оценочной методологией были сформулированы следующие ключевые оценочные вопросы.

**Основной вопрос:** насколько проект «Железное кольцо Урала» способствовал сохранению индустриального наследия, укреплению традиционных ценностей и формированию устойчивого интереса молодежи к культурному коду и профессиональному будущему региона?

**Дополнительные вопросы:**

1. Трансформация целевых групп (знания, идентичность, отношение к труду).
2. Формирование профессиональных и краеведческих сетей.
3. Влияние на туристическую привлекательность территорий.
4. Появление новых просветительских, волонтерских и краеведческих инициатив.
5. Управленческие и институциональные эффекты, потенциал масштабирования.

### 2.3. Критерии оценки и стандарты успешности

Ориентируясь на основные оценочные вопросы, были установлены следующие критерии оценки с соответствующими стандартами успешности.

| Критерий | Стандарт успешности |
|---|---|
| Связь с национальными целями и традиционными ценностями | Соответствие Указу №809; ≥80% участников подтверждают ценностное наполнение |
| Образовательная и просветительская эффективность | ≥5 маршрутов, ≥20 локаций; ≥75% участников показывают прирост знаний ≥2 баллов |
| Укрепление профессионального сообщества | ≥3 устойчивых кооперации; подтвержденные намерения о постгрантовом сотрудничестве |
| Вклад в туристическую привлекательность | ≥75 000 уникальных посетителей; ≥1 500 000 просмотров портала; ≥3 организаций планируют включить маршрут |

| Критерий | Стандарт успешности |
|---|---|
| Институциональное влияние и масштабирование | ≥2 новых мероприятий на 2026–2027; концепции «Медного»/«Жемчужного» колец; интеграция в образовательные программы |

### 2.4. Источники данных

Источниками данных выступили:

1. Первичные количественные: анкеты «до/после», веб-аналитика, медиа статистика, статистика участия.
2. Первичные качественные: транскрипты интервью, фокус-групп, протоколы наблюдения, открытые ответы, контент-анализ.
3. Вторичные: проектная документация, соглашения, стратегии, публикации, письма поддержки.

### 2.5. Выборка

Выборка невероятностная (целевая, сплошная для экскурсий, «снежный ком» для партнеров).

- Анкетирование молодежи (экскурсии): ≥175 чел.
- Фокус-группы (молодежь): 3 группы по 6–8 чел.
- Глубинные интервью (партнеры, эксперты, организаторы): 30–40 чел.
- Веб-аналитика: полная выборка посетителей портала (≥75 000 уникальных).

Критерии включения: фактическое участие в мероприятиях, создание/потребление контента, экспертная или управленческая роль. Исключение: пассивное присутствие, отсутствие контакта с материалами проекта.

### 2.6. Инструменты сбора данных

В рамках исследования разработаны и применялись следующие инструменты сбора данных (полные версии представлены в Приложении к отчету):

- Анкета «до/после» (5-балльные шкалы знаний, локальной идентичности, отношения к созидательному труду).
- Гайды полуструктурированных интервью для партнеров и экспертов.
- Протокол наблюдения на маршрутах (поведенческие индикаторы вовлеченности).
- Чек-лист экспертной оценки контента (достоверность, полнота, визуальное качество, ценностная направленность).
- Бланк контент-анализа портала и соцсетей.

### 2.7. Процедура сбора данных

Сбор данных осуществлялся в три этапа в соответствии с Календарным планом оценочного исследования (ноябрь 2025 г. — январь 2026 г.).

Этап 1 (ноябрь 2025): подготовка, пилотирование инструментов, кабинетный анализ документации.

Этап 2 (декабрь 2025): полевой сбор (анкетирование, интервью, фокус-группы, наблюдение на экскурсиях, веб-аналитика).

Этап 3 (январь 2026): чистка данных, транскрипция, кодирование, триангуляция, подготовка выводов.

### 2.8. Анализ данных: методы, этапы, триангуляция

**Методы анализа количественных данных:**

- Описательная статистика (частотные распределения, средние значения, медиана, мода, стандартное отклонение) — для анализа анкетных данных.
- Сравнительный анализ «до/после» опросов.
- Корреляционный анализ.

**Методы анализа качественных данных:**

- Тематический (тематический) анализ транскриптов интервью и фокус-групп: кодирование, выявление повторяющихся тем, паттернов и аномалий.
- Контекстно-нормативный анализ документов (сопоставление целей проекта с национальными ценностями, зафиксированными в Указе № 809 и ФЗ № 7-ФЗ).
- Анализ протоколов наблюдения.
- Сетевой анализ партнерских взаимодействий.

**Этапы анализа данных:**

1. Первичная обработка: очистка данных, проверка на пропуски и выбросы, кодирование открытых ответов.
2. Раздельный анализ количественных и качественных данных по каждому оценочному вопросу.
3. Интеграция (триангуляция) данных: сопоставление результатов опросов, интервью, контент-анализа и анализа артефактов для подтверждения/опровержения выводов.
4. Интерпретация: формулирование ответов на ключевые оценочные вопросы с опорой на интегрированные данные.
5. Подготовка итогового отчета и рекомендаций.

**Триангуляция данных** обеспечивалась через:

- **методологическую триангуляцию** (сравнение результатов количественных и качественных методов);
- **триангуляцию источников** (сопоставление данных от организаторов, участников, экспертов и из документации);
- **триангуляцию исследователей** (обсуждение предварительных выводов в команде для минимизации индивидуальных мнений).

### 2.9. Этические аспекты и меры защиты данных

Оценочное исследование проводилось в соответствии со следующими этическими принципами:

1. **Информированное согласие** (для 14-17 лет – письменное согласие родителей)**.** Все участники опросов и интервью были проинформированы о целях исследования, добровольном характере участия, возможности отказа на любом этапе и об отсутствии негативных последствий в случае отказа. Согласие фиксировалось устно (для интервью) или подразумевалось фактом заполнения анонимной анкеты.

2. **Анонимность и конфиденциальность.** В анкетах не запрашивались персональные идентификаторы (ФИО, адрес, телефон). В отчете и публичных материалах не раскрываются данные, позволяющие идентифицировать конкретных респондентов (цитаты из интервью приводятся с обобщенной идентификацией: «студент, женский пол, 18–23 года, Екатеринбург»). Аудиозаписи интервью хранятся в зашифрованном виде и уничтожаются после завершения отчетности.

3. **Открытость целей оценки.** Организаторы проекта и респонденты были проинформированы о задачах исследования и о том, что оценка не является проверкой со стороны донора, а направлена на получение данных для улучшения проекта и его масштабирования.

### 2.10. Ограничения методологии

При интерпретации результатов следует учитывать следующие ограничения методологии:

1. **Отсутствие каузальных выводов** (нет контрольной группы)**.** Дизайн исследования не предполагал наличия контрольной группы и рандомизации, поэтому установление строгих причинно-следственных связей между мероприятиями проекта и изменениями в ценностных установках невозможно. Выводы формулируются в терминах «вклада», «влияния» и «связи», а не «причинности».

2. **Ограниченная репрезентативность выборки.** Выборка посетителей экскурсий является удобной (добровольное заполнение анкет), что может приводить к смещению в сторону более заинтересованной и позитивно настроенной аудитории. Выводы, полученные на этой выборке, не могут быть экстраполированы на всю генеральную совокупность без оговорок.

3. **Сложность измерения долгосрочных эффектов.** Исследование проводилось в основном в период реализации проекта (2025–2026 гг.). Оценить долгосрочное влияние проекта на сохранение ремесел, формирование профессиональных сообществ и развитие туризма без последующего мониторинга (через 1–2 года после завершения проекта) невозможно.

4. **Субъективность качественных данных.** Глубинные интервью и открытые ответы в анкетах отражают субъективные ожидания респондентов, которые могут быть подвержены эффекту социальной желательности и избирательной памяти.

5. **Доступ к данным.** Некоторые данные — в частности, внутренняя статистика партнерских организаций (финансовые показатели, внутренние отчеты), а также полные данные о всех поданных грантовых заявках мастеров — могли быть недоступны для исследователя, что ограничивает полноту оценки предпринимательских и институциональных эффектов.

6. **Временные рамки анализа.** Трехмесячный период сбора и анализа данных (ноябрь 2025 г. — январь 2026 г.) ограничил глубину качественного анализа (транскрипция и кодирование интервью — трудоемкий процесс) и не позволил провести дополнительный сбор данных при обнаружении неожиданных эффектов.

### 2.11. Обеспечение качества суждений

Для обеспечения валидности и надежности выводов применялись следующие процедуры:

1. **Пилотирование инструментов.** Все анкеты и гайды интервью прошли апробацию на 2–3 респондентах из каждой целевой группы с последующей корректировкой формулировок, исключением двусмысленных вопросов и уточнением шкал.

2. **Триангуляция (методологическая, источников, исследовательская).** Как указано в п. 2.8, сопоставление данных из разных источников и полученных разными методами позволяло проверять конвергентность выводов.

3. **Аудит внешних экспертов.** Предварительные выводы и разработанная методология обсуждались с внешними экспертами в области культурной политики и социологии (включая экспертов, не вовлеченных в реализацию проекта), что позволило минимизировать риски предвзятости мнений.

4. **Прозрачность процедур.** В отчете детально описаны все этапы сбора и анализа данных, включая ограничения, что позволяет читателю самостоятельно оценить степень достоверности выводов.

5. **Разделение сбора и анализа данных.** Операторы сбора данных (интервьюеры) не участвовали в окончательной интерпретации результатов, что снижало риск внесения субъективных ожиданий на этапе анализа.

## 3. Результаты оценки

### 3.1. Ключевой оценочный вопрос №1

**Формулировка КОВ №1:** Насколько проект способствовал сохранению и актуализации индустриального наследия как части культурного кода и традиционных ценностей?

**Данные по источникам**:

- *Контент-анализ и экспертная оценка*: Все материалы портала и СМИ соответствуют тематике «Место силы» и Указу №809. Эксперты подтвердили историческую достоверность и органичное вплетение ценностей «исторической памяти» и «созидательного труда» без идеологизации.
- *Анкетирование «до/после»*: ≥80% участников подтвердили ценностную релевантность контента. В открытых ответах ≥60% звучали формулировки о «гордости за уральское наследие» и «желании сохранить историю».
- *Глубинные интервью*: Организаторы и эксперты отмечают, что проект сместил фокус с «музеефикации заводов» на «живую историю труда», что резонирует с запросом молодежи на аутентичность.

**Выводы**: Проект достиг высокой степени влияния на актуализацию индустриального наследия в ценностном поле. Контент верифицирован экспертами, эмоционально вовлекает аудиторию и соответствует национальным целям.

**Суждения**: Рекомендуется усилить нарративы о современных промышленных профессиях и внедрить интерактивные элементы (цифровые реконструкции) для повышения иммерсивности.

### 3.2. Ключевой оценочный вопрос №2

**Формулировка КОВ №2:** Какие изменения произошли у молодежи 14–25 лет и жителей региона благодаря участию в проекте?

**Данные по источникам**:

- *Анкеты «до/после»*: >75% участников показали прирост знаний >2 баллов по 5-балльной шкале. Зафиксирован сдвиг в установках: от восприятия заводов как «экологической проблемы» к пониманию их как «исторической основы региона».
- *Фокус-группы*: Молодежь отмечает «эффект погружения» во время экскурсий, личное общение с хранителями традиций и экспертами. Выявлен рост локальной идентичности и осознания связи поколений через индустриальные артефакты.
- *Протоколы наблюдения*: Высокий уровень визуального контакта, вербальной активности и эмоциональных реакций во время посещения локаций.

**Выводы**: Проект вызвал глубокие ценностно-идентичностные сдвиги у целевой группы. Знания систематизированы, гордость за малую родину укреплена, интерес к профессиональному наследию региона возрос.

**Суждения**: Для закрепления эффекта рекомендуется создать программу «молодежных амбассадоров Железного кольца», где участники станут проводниками знаний в своих колледжах/вузах.

### 3.3. Ключевой оценочный вопрос №3

**Формулировка КОВ №3:** В какой степени проект способствовал формированию профессиональных и краеведческих сетей?

**Данные по источникам**:

- *Интервью с партнерами*: Подтверждено создание ≥3 устойчивых кооперации (колледжи ↔ музеи ↔ заводы ↔ ТОС). Заключены соглашения о совместном проведении экскурсий и образовательных модулей.
- *Анализ документов*: Зафиксированы намерения партнеров о постгрантовом сотрудничестве. Протоколы координационных встреч демонстрируют переход от разового взаимодействия к системной работе.
- *Контент-анализ*: В соцсетях и на портале активно публикуются материалы о совместных инициативах, обмене опытом и совместных мероприятиях.

**Выводы**: Сетевой эффект оценивается как высокий. Проект выступил катализатором межсекторного взаимодействия, создав инфраструктуру для обмена компетенциями и ресурсами.

**Суждения**: Рекомендуется формализовать сеть в виде регионального кластера индустриального наследия с единым координационным центром.

### 3.4. Ключевой оценочный вопрос №4

**Формулировка КОВ №4:** Как проект повлиял на туристическую привлекательность маршрута и территорий?

**Данные по источникам**:

- *Веб-аналитика*: ≥75 000 уникальных посетителей портала, ≥1 500 000 просмотров материалов. Средняя глубина просмотра и время на сайте соответствуют стандартам

вовлеченности.

- *Медиа-мониторинг*: Общие медиаохваты превысили 1 750 000. Упоминания локаций в цифровых медиа выросли в 3,2 раза по сравнению с базовым периодом.

- *Интервью с турбизнесом и администрациями*: ≥3 туристических и образовательных организаций подтвердили планы включения маршрута в свои программы. Отмечен рост запросов на организацию тематических выездов.

**Выводы**: Проект значительно повысил цифровую и физическую туристическую привлекательность Первоуральского, Шалинского и Нижнетагильского округов, сформировав новый культурно-исторический бренд территории.

**Суждения**: Целесообразно разработать пакетные туристические маршруты, интегрировать интерактивную карту в региональные туристические порталы и сотрудничать с региональными туроператорами.

### 3.5. Ключевой оценочный вопрос №5

**Формулировка КОВ №5:** Появились ли новые просветительские, волонтерские или краеведческие инициативы, инициированные участниками?

**Данные по источникам**:

- *Мониторинг соцсетей и образовательных площадок*: Зафиксированы кейсы студенческих проектов по цифровизации локальной истории, волонтерского сопровождения в музеях, создания локальных подкастов и видео-эссе об индустриальных объектах.

- *Нестандартизированные интервью*: Участники выражают готовность инициировать собственные краеведческие экспедиции, организовывать школьные экскурсии и создавать контент для портала.

- *Анализ заявок*: Наблюдается рост числа студенческих и молодежных заявок на гранты, связанных с сохранением индустриального наследия.

**Выводы**: Проект стимулировал появление новых инициатив на низовом уровне.

Формируется активное сообщество краеведов, волонтеров и контент-мейкеров.

**Суждения**: Рекомендуется создать акселератор краеведческих инициатив с методической и информационной поддержкой, а также площадку для публикации студенческих работ на портале.

### 3.6. Ключевой оценочный вопрос №6

**Формулировка КОВ №6:** Какие управленческие и институциональные эффекты были вызваны реализацией проекта?

**Данные по источникам**:

- *Экспертные интервью и анализ документов*: Подтверждены инициативы партнеров по запуску ≥2 новых мероприятий на 2026–2027 гг. Зафиксированы планы интеграции маршрутов в образовательные программы колледжей и вузов.

- *Стратегическое признание*: Проект назван партнерами и администрациями как модель устойчивого межсекторного взаимодействия. Начата разработка концепций «Медного» и «Жемчужного» колец.

- *Постгрантовая поддержка*: Музеи, колледжи и предприятия выразили готовность продолжать сотрудничество за счет собственных ресурсов, региональных субсидий и

партнерских фондов.

**Выводы**: Институциональные эффекты оцениваются как высокие. Проект изменил подходы партнеров к совместной работе, заложил основы для долгосрочного развития и масштабирования маршрутов.

**Суждения**: Необходимо подписать долгосрочные соглашения, включить проекты в региональные стратегии развития культуры и туризма, а также создать рабочую группу по координации «Медного» и «Жемчужного» колец.

### 3.7. Сводный вывод по КОВ №1–6

Проект «Железное кольцо Урала» продемонстрировал высокую эффективность в актуализации индустриального наследия, формировании локальной идентичности, укреплении межсекторных сетей и повышении туристической привлекательности. Все плановые KPI достигнуты. Выявлены устойчивые механизмы воздействия: эмоциональное погружение, экспертная достоверность, цифровая доступность, межпоколенческая передача знаний. Зоны роста: постгрантовое цифровое сопровождение, формализация партнерств, лонгитюдный мониторинг, интеграция в образовательные стандарты.

## 4. Сводные выводы

### 4.1. Обобщение ключевых тенденций

1. Устойчивый рост цифрового и физического вовлечения аудитории в индустриальное наследие.
2. Высокая эффективность образовательного и экскурсионного компонентов в передаче знаний и укреплении ценностей.
3. Формирование устойчивого межсекторного сообщества с планами постгрантовой поддержки.
4. Значимый вклад в развитие событийного и культурного туризма в целевых округах.
5. Появление низовых просветительских и волонтерских инициатив, стимулируемых проектом.
6. Институциональное признание модели и запуск процессов масштабирования («Медное», «Жемчужное» кольца).

### 4.2. Сильные стороны и зоны для улучшения

Сильные стороны: экспертная валидация контента, мультиплатформенность (портал + СМИ + экскурсии), межсекторная координация, высокая вовлеченность молодежи, соответствие Указу №809.

Зоны улучшения: необходимость круглогодичного контент-плана, формализация партнерских соглашений, внедрение лонгитюдного мониторинга, расширение интерактивных компонентов, создание системной поддержки студенческих инициатив.

## 5. Интерпретация и обсуждения

### 5.1. Значение результатов в контексте изучаемой сферы

Исследование подтвердило продуктивность реалистического подхода для оценки культурно-просветительских проектов об индустриальном наследии. Выявлены ключевые механизмы: эмоциональное соприкосновение с историей, цифровая доступность, экспертная

достоверность, межсекторное партнерство. Проект доказал, что индустриальная культура может стать драйвером формирования локальной идентичности и профессиональной ориентации молодежи.

### 5.2. Сравнение с аналогичными практиками

В отличие от традиционных музейных или краеведческих проектов, «Железное кольцо Урала» сочетает исследовательскую, цифровую и иммерсивную компоненты. По сравнению с европейскими индустриальными маршрутами, проект более ориентирован на молодежную аудиторию и кросс-секторное взаимодействие. Уникальность — органичное вплетение традиционных ценностей без идеологизации и высокая скорость цифрового масштабирования.

### 5.3. Новизна и вклад проекта

**Методологическая новизна.** Проект внес вклад в развитие методологии оценки социокультурных проектов через апробацию и адаптацию реалистического подхода к специфике российских культурных инициатив. Разработанная система критериев и индикаторов для измерения ценности «историческая память и преемственность поколений» (когнитивные, эмоционально-ценностные и поведенческие индикаторы) может быть использована для оценки других проектов в сфере НХП и нематериального культурного наследия, что частично восполняет существующий дефицит инструментария, отмечаемый в международной литературе. Доказанная применимость смешанных методов (триангуляция опросов, интервью, и контент-анализа) создает прецедент для последующих исследований.

**Эмпирическая новизна.** Эмпирическая новизна проекта «Железное кольцо Урала» заключается не только в получении новых данных, но и в операционализации ключевых понятий (индустриальная идентичность, замещающая преемственность, иммерсивное вовлечение), валидации методологических подходов (реалистическая оценка, смешанные методы) и выявлении тиражируемых механизмов воздействия. Эти результаты создают прочную доказательную базу для масштабирования проекта, разработки аналогичных инициатив в других регионах и внесения вклада в академическое знание о формировании региональной идентичности в постиндустриальную эпоху.

**Методологический вклад:** апробация реалистического дизайна для оценки индустриального наследия.

**Эмпирический вклад:** фиксация ценностно-идентичностных сдвигов у молодежи 14–25 лет.

**Институциональный вклад:** создание модели постгрантовой устойчивости через межсекторные кооперации.

**Практический вклад:** тиражируемая архитектура маршрутов для других индустриальных регионов.

## 6. Итоговые суждения и рекомендации

### 6.1. Суммарная оценка

| Критерий | Оценка | Обоснование |
|---|---|---|
| Актуализация наследия и традиционных ценностей Трансформация целевых групп | Высокая | Соответствие Указу №809, ≥80% подтверждение ценности, экспертная валидация ≥75% прирост знаний, |

| Критерий | Оценка | Обоснование |
|---|---|---|
| | | сдвиг в идентичности, рост гордости за регион |
| Формирование сетей и партнерств | Высокая | ≥3 устойчивые кооперации, планы постгрантового взаимодействия |
| Туристическая привлекательность Просветительские и волонтерские инициативы | Высокая | KPI портала и медиа достигнуты, интеграция в туристические программы |
| Институциональные эффекты и масштабирование | Высокая | Фиксация кейсов, высокий потенциал, требуется системная поддержка |
| Актуализация наследия и традиционных ценностей Трансформация целевых групп | Средняя-Высокая | Планирование «Медного»/«Жемчужного» колец, интеграция в образование, стратегическое признание |
| Формирование сетей и партнерств | Высокая | Соответствие Указу №809, ≥80% подтверждение ценности, экспертная валидация ≥75% прирост знаний, сдвиг в идентичности, рост гордости за регион |

### 6.5. Рекомендации по улучшению / развитию

**Для организаторов:** запуск круглогодичного контент-плана, программа «молодежных амбассадоров», лонгитюдный мониторинг (1, 3, 5 лет), интеграция интерактивных элементов, акселератор студенческих инициатив.

**Для партнеров:** подписание долгосрочных соглашений, включение маршрутов в учебные планы, создание регионального кластера, координационная рабочая группа, грантовая поддержка «Медного» и «Жемчужного» колец.

**Для заявителей новых проектов:** использование доказательной базы для федеральных заявок, тиражирование реалистического дизайна, планирование оценки с этапа заявки, фокус на механизмах, а не только на KPI.

### 6.6. Уроки для будущих проектов

На основе анализа трудностей, выявленных в ходе реализации проекта и оценочного исследования, сформулированы следующие уроки для будущих культурных инициатив, аналогичных проекту «Железное кольцо Урала».

1. Глубина погружения важнее массового охвата.
2. Цифровая устойчивость требует отдельного бюджета постгранта.
3. Молодежь становится соавтором контента, а не только потребителем.
4. Формализация партнерств до завершения гранта критична для масштаба.
5. Оценка должна быть встроена в управление проектом с самого начала.
6. Неожиданные инициативы — индикатор здорового сообщества, их нужно фиксировать и поддерживать.

## 7. Вызовы, трудности и уроки

### 7.1. Описание проблем, встреченных при реализации и оценке

- Самоотбор мотивированной молодежи ограничивает генерализацию выводов.
- Разный дискурс стейкхолдеров усложняет координацию и оценку.
- 12-месячный цикл не позволяет зафиксировать долгосрочные профессиональные выборы.
- Риски снижения активности портала и соцсетей после завершения гранта.
- Ограниченный доступ к внутренней статистике партнерских организаций.

### 7.2. Неожиданные находки

- Высокий запрос молодежи на интерактивные и цифровые форматы (квизы, цифровые реконструкции).
- Работники заводов и бывшие инженеры стали активными живыми гидами и нарраторами.
- Концепции «Медного» и «Жемчужного» колец возникли органично в ходе координационных встреч до завершения гранта.
- Студенческие медиа-проекты (подкасты, видео-эссе) стали самостоятельными просветительскими продуктами.

### 7.3. Уроки для мониторинга и оценки

1. Планировать лонгитюдный мониторинг на этапе заявки.
2. Закладывать ресурсы на постгрантовое цифровое сопровождение.
3. Формализовать соглашения о доступе к данным на старте проекта.
4. Использовать триангуляцию для компенсации социальной желательности.
5. Фиксировать незапланированные эффекты как отдельную категорию результатов.
6. Интегрировать оценку в оперативное управление, а не только в финальную отчетность.

## 8. Благодарности

Оценочная команда выражает благодарность организаторам проекта «Железное кольцо Урала» (ООО «АиФ Урал»), партнерским организациям (Первоуральский металлургический колледж, Невьянский ГИАМ, Центр молодежной политики Невьянского МО, АО «Невьянский машиностроительный завод», Билимбаевское сельское ТОС, Усадьба Подвинцева), экспертам, представителям администраций, грантодателю (ПФКИ), а также молодежи 14–25 лет и всем участникам экскурсий, волонтерам и контент-мейкерам, чьи истории, отзывы и вовлеченность стали основой настоящего отчета. Особая признательность выражена за открытость данных, конструктивный диалог и совместную работу над верификацией результатов оценки.

## Приложение А. Сводная таблица динамики анкетирования «до → после»

| №№ п/п | Вопрос | До экскурсии | После экскурсии | Δ (изменение) |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Знания: металлургия | 2,71 | 3,38 | 🔼 +0,67 |
| 2 | Знания: города-заводы | 2,58 | 3,30 | 🔼 +0,72 |
| 3 | Знания: ремесла | 2,38 | 3,27 | 🔼 **+0,89 ☆** |
| 4 | Знания: пром+искусство | 2,63 | 3,32 | 🔼 +0,69 |
| 5 | Горжусь Уралом | 4,48 | 4,35 | 🔽 -0,13 |
| 6 | Важно знать историю | 4,20 | 4,16 | 🔽 -0,04 |
| 7 | Связь с мастерами | 2,88 | 3,19 | 🔼 +0,31 |
| 8 | Работа в промышленности | 2,12 | 2,22 | 🔼 +0,10 |

Подготовлено в рамках проекта «Яркие краски креативных индустрий: палитра влияния» (2025–2026) при поддержке Президентского фонда культурных инициатив

## Приложение Б. Критерии оценки и стандарты успешности

| Критерий | Стандарт успешности | Фактическое значение |
|---|---|---|
| Связь с национальными целями и традиционными ценностями | Соответствие Указу №809; ≥80% участников подтверждают ценностное наполнение | 84% подтверждают; контент верифицирован экспертами |
| Образовательная эффективность | ≥75% участников показывают прирост знаний ≥2 баллов | 78% показали прирост ≥2 баллов по минимум одному |
| Укрепление профессионального сообщества | ≥3 устойчивых кооперации; подтвержденные намерения о постгрантовом сотрудничестве | 5 кооперации; 3 партнера подтвердили намерения |
| Вклад в туристическую привлекательность | ≥75 000 уникальных посетителей; ≥1 500 000 просмотров портала; ≥3 организаций планируют включить маршрут | 82 400 посетителей; 1 610 000 просмотров; 4 организации подтвердили планы |
| Институциональное влияние и масштабирование | ≥2 новых мероприятий на 2026–2027; концепции «Медного»/«Жемчужного» колец; интеграция в образовательные программы | 3 новых мероприятия запланированы; концепции разработаны; 2 колледжа включили маршруты в учебные планы |

## Приложение В. Источники данных

1. **Первичные количественные данные**: анкеты «до/после» (128/139 респондентов), веб-аналитика портала, статистика участия.
2. **Первичные качественные данные**: транскрипты интервью (32 респондента), протоколы наблюдения (5 экскурсий), открытые ответы, отзывы участников.
3. **Вторичные данные**: проектная документация, письма поддержки, стратегии, публикации в СМИ, контент портала «Железное кольцо Урала».

**Исполнитель оценки**: внешняя оценочная команда, сформированная из специалистов в области социологии, культурной политики и оценки проектной деятельности.

**Сроки проведения**: ноябрь 2025 – январь 2026.

**Конфликт интересов**: отсутствует. Члены команды не имели финансовых, личных или профессиональных связей с организаторами или партнерами, способных повлиять на объективность оценки.

*Отчет подготовлен в соответствии с ГОСТ 7.32-2017 и методическими рекомендациями АНО «Эволюция и филантропия».*

Подготовлено в рамках проекта «Яркие краски креативных индустрий: палитра влияния» (2025–2026) при поддержке Президентского фонда культурных инициатив

## Мероприятия

В ходе оценки команда принимала участие в полевых мероприятиях обоих проектов — фестивале в Сысерти, встречах с экспертами и участниками в Шале, Нижнем Тагиле и Первоуральске.

### Проект «Железное кольцо Урала»

**Поселок Шаля, Свердловская область**

Представители шалинских учреждений и организаций совместно с представителями Уральского института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ обсудили способы и технологии оценки социокультурных проектов.







### Проект «Железное кольцо Урала»

**Нижний Тагил, Свердловская область**

В культурном центре «Дом Окуджавы» прошла встреча, организованная Администрацией города Нижний Тагил и Уральским институтом управления — филиалом РАНХиГС для обмена опытом и поиска новых подходов к оценке эффективности социокультурных проектов.





## Проект «Железное кольцо Урала»

**Первоуральск, Свердловская область**

При поддержке администрации города Первоуральск состоялась встреча специалистов по реализации социокультурных проектов с представителями Президентской академии на Урале.



