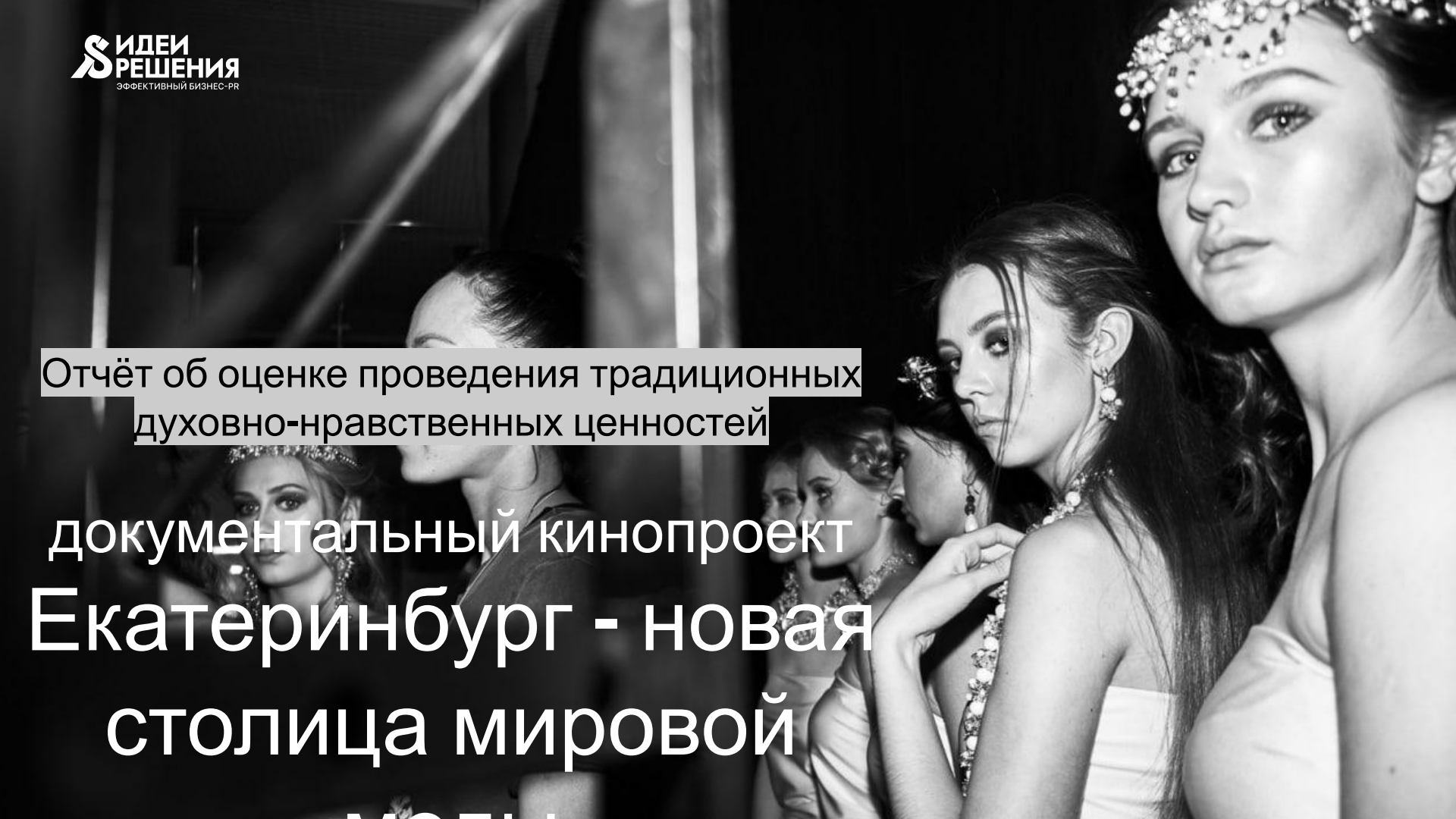


ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС-PR

Отчёт об оценке проведения традиционных духовно-нравственных ценностей

документальный кинопроект

Екатеринбург - новая столица мировой

Точки приложения силы в развитии культуры как средства коммуникации



ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

БАЗОВАЯ МОДЕЛЬ КОММУНИКАЦИОННО-ЦЕННОСТНОЙ ВОРОНКИ

ЛИЧНАЯ СИСТЕМА ЦЕННОСТЕЙ

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

ПРОЧНОСТЬ СВЯЗИ ЦЕННОСТЕЙ С РОССИЕЙ

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

ПРИОРИТЕТНОСТЬ СВЯЗИ ЦЕННОСТИ С РОССИЕЙ В СРАВНЕНИИ С…

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

ОТНОШЕНИЕ К РОССИИ / ГОТОВНОСТЬ ДЕЙСТВОВАТЬ

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

ЗАПРОС НА ДЕЙСТВИЕ

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

ДЕЙСТВИЕ

иные факторы

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

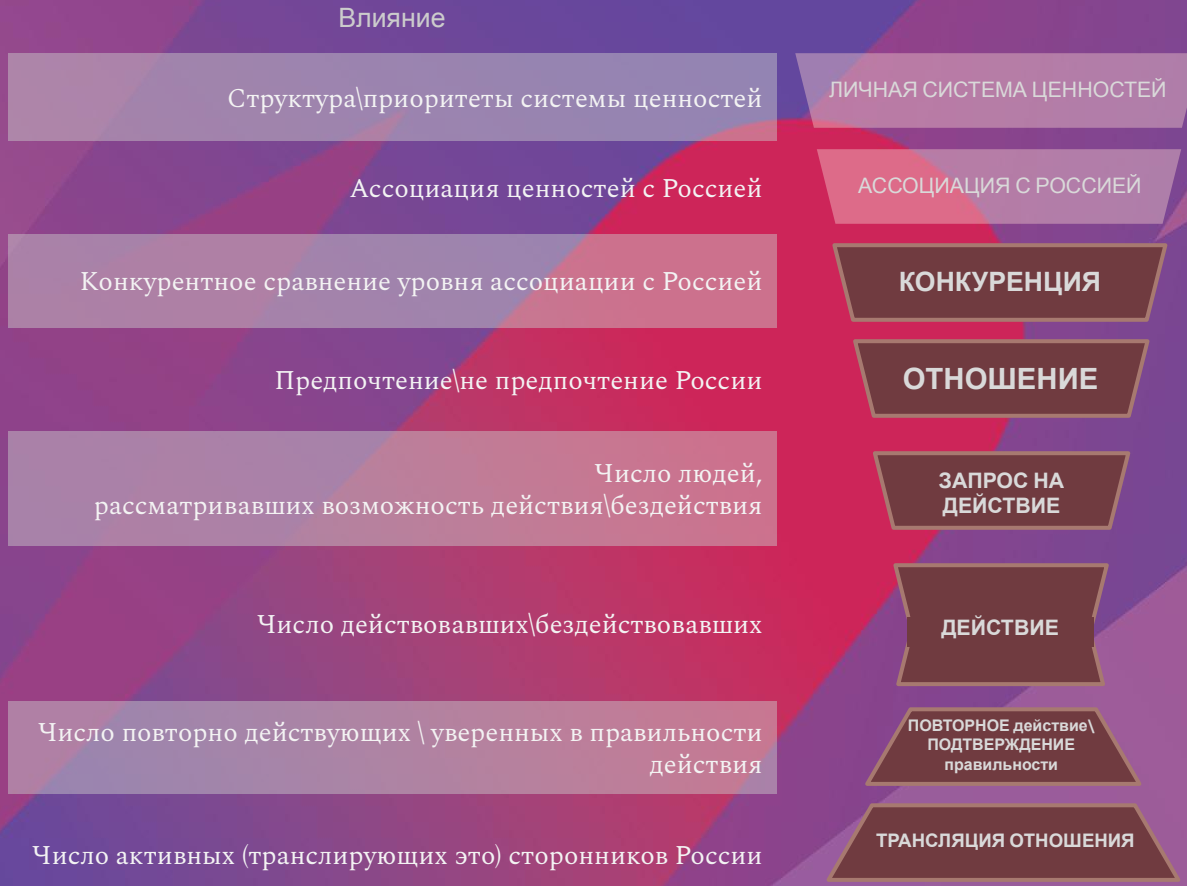
ПОВТОРНОЕ действие / ПОДТВЕРЖДЕНИЕ правильности

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

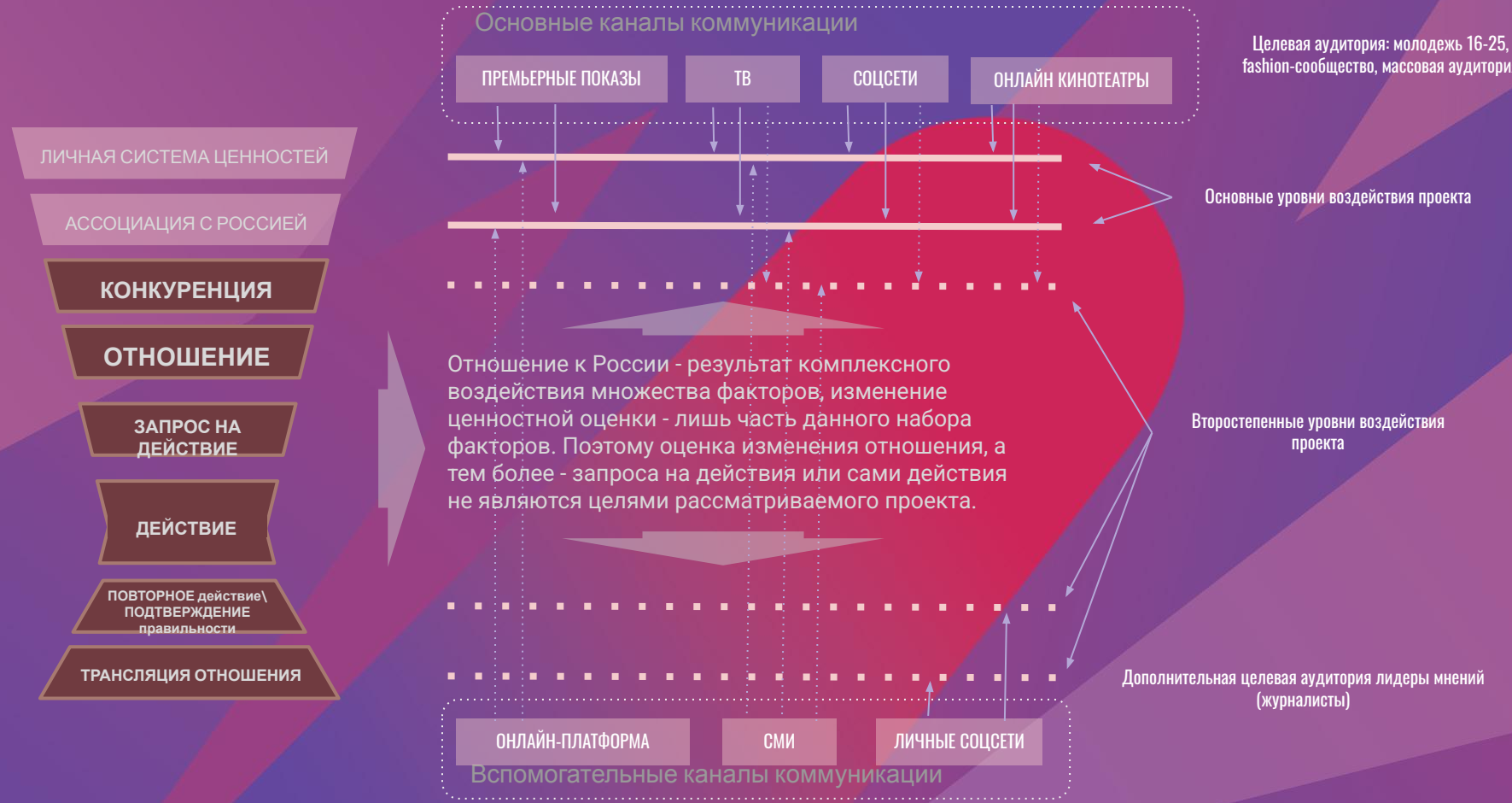
ТРАНСЛЯЦИЯ ОТНОШЕНИЯ

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

ОБЩИЕ МЕТРИКИ ДЛЯ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ВОРОНКИ



ЕКАТЕРИНБУРГ- НОВАЯ СТОЛИЦА МИРОВОЙ МОДЫ
МОДЕЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ



ЕКАТЕРИНБУРГ- НОВАЯ СТОЛИЦА МИРОВОЙ МОДЫ. МЕТРИКИ

Подготовка проекта	Воздействие и реакции	Влияние

• **Герои контента как носители ценностей**
  ○ **Оценка восприятия**
  ■ **Глубинные интервью**
• **Создатели контента с точки зрения ценностного профиля**
  ○ **Глубинные интервью**
• **Сценарий в части проведения ценностей**
  ○ **Оценка восприятия**
• Big idea и сверхзадача
  ○ Связь с ценностями
		Изменение структуры\приоритетов сист. ценностей:
		• **краткосрочное влияние: опрос**

ЛИЧНАЯ СИСТЕМА ЦЕННОСТЕЙ

АССОЦИАЦИЯ С РОССИЕЙ

ИДЕИ РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ
КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЙ

Подготовка проекта

ИДЕИ РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Как видит режиссёр проведение ценностей

Ценность, указанная в заявке	Комментарий режиссёра	Комментарий экспертов Идей&Решений
Патриотизм	Собственно, так как вообще сам вот этот взрыв моды напрямую связан с импортозамещением и с тем, в какой ситуации оказалась наша страна, и как бы это послужило, так скажем, толчком к тому, чтобы местные дизайнеры могли себя реализовать и оказаться полезными в обществе. Поэтому, патриотизм тут очевидно присутствует, потому что мы все как потребители, в том числе, переключаемся на отечественных производителей, и как бы этот посыл, естественно, в нашем фильме есть.	В данном случае можно говорить о попытке сформулировать “Сверхзадачу”* или “Большую идею”** фильма. Утверждение спорное, так как нет прочной связи с ключевым посылом ценности - любовью в Родине.
Созидательный труд	Ну, созидательный труд, это очевидно, потому что люди делают свое дело, шьют одежду, это непосредственно и есть созидательный труд, они созидают.	
Историческая память	Почему этот бум случился именно в нашем регионе, именно на Урале, и мы в фильме, в том числе, будем обращаться к историкам, к аналитикам моды, которые, собственно, нам помогут разобраться в этом вопросе. Если говорить про историческую преемственность, то здесь в нашем разговоре два аспекта затронуты. Это действительно история моды на Урале. И фильм как сущность, то есть готовый фильм, это все равно некая страница кинолетописи.	
Взаимопомощь и взаимоуважение	В любой масштабной деятельности очень важны взаимодействия между людьми. Герои, которых мы выбираем, находятся во взаимоотношениях друг с другом, и акцент мы будем делать, в том числе, на том, как они сотрудничают. Создают коллаборации. У каждого свой бренд, но они будут соединяться и что-то делать вместе.	
Высокие нравственные идеалы	Героев отбираем так, чтобы они не просто хотели заработать денег побыстрее, а есть еще какой-то посыл, то есть они что-то хотят сказать этому миру. Кроме того, что просто купить у нас одежду. У всех свои какие-то идеи зашиты. Например, ребята с брендом «Счастливы вместе», посвященном созданию семейной одежды.	

*Сверхзадача — термин, введённый К. С. Станиславским для обозначения той главной цели, ради которой создаётся пьеса, актёрский образ или ставится спектакль.
**Большая идея (англ. Big Idea) — центральная концепция, которая определяет стратегию бренда и направляет его маркетинговые усилия. Это уникальное сообщение, выраженное в одной или нескольких фразах.

ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ
КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЙ

Воздействие и реакции

ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Приглашение на кастинг

ПРИЕМ ЗАЯВОК НА КАСТИНГ НА УЧАСТИЕ В ДОКУМЕНТАЛЬНОМ КИНОПРОЕКТЕ

Объявлен старт открытого кастинга для дизайнеров и брендов на участие в полнометражном документальном фильме «Екатеринбург – новая столица мировой моды». Кинопроект призван запечатлеть исторический момент превращения Урала в эпицентр актуальной моды и креативной экономики.

…

О ПРОЕКТЕ

…

Создатели фильма будут в течение полугода следить за героями, чтобы показать, как рождаются коллекции, запускаются производства, открываются магазины и завязываются уникальные коллаборации. Драматургия проекта предполагает как головокружительные взлеты, так и сокрушительные падения на пути к успеху, что позволит создать вдохновляющую и честную историю.

Документальный кинопроект представляет собой комплексную работу, которая включает:

1. Съемки полнометражного фильма о том, как Екатеринбург становится мировым модным центром.
2. Создание специальной онлайн-платформы с фото- и видеогалереями, интервью и аналитикой, формирующей позитивный образ нового «человека труда» легкой промышленности.

…

КОГО ИЩУТ ОРГАНИЗАТОРЫ?

Заявки принимаются от участников, проживающих и осуществляющих свою деятельность на территории УрФО, а так же в Перми и городах Пермского края. К участию в кастинге приглашаются уральские бренды двух типов:

- начинающий бренд, который готовит свою первую или вторую коллекцию для презентации весной-летом 2026 года.
- опытный бренд, стоящий на пороге качественного прорыва: запуск собственного производства, открытие офлайн-магазина в Москве или Санкт-Петербурге, выход на федеральный уровень в ближайшие полгода.

Для участия в кастинге необходимо подготовить описание ДНК бренда, представить референсы или наброски будущей коллекции, а также детально рассказать о планах на весну-лето 2026 года. Критериями отбора станут оригинальность и актуальность коллекции, а также харизма ее создателей.

ЧТО ЖДЕТ ГЕРОЕВ ПРОЕКТА?

Участники, прошедшие отбор, станут главными лицами масштабного кинополотна. Съемочная группа в течение полугода будет сопровождать героев, снимая все этапы работы: от создания эскизов до премьерного показа коллекции. Это шанс рассказать историю своей маленькой мечты многотысячной аудитории, стать частью кинолетописи страны и вдохновить новое поколение на выбор профессии в сфере моды.

…

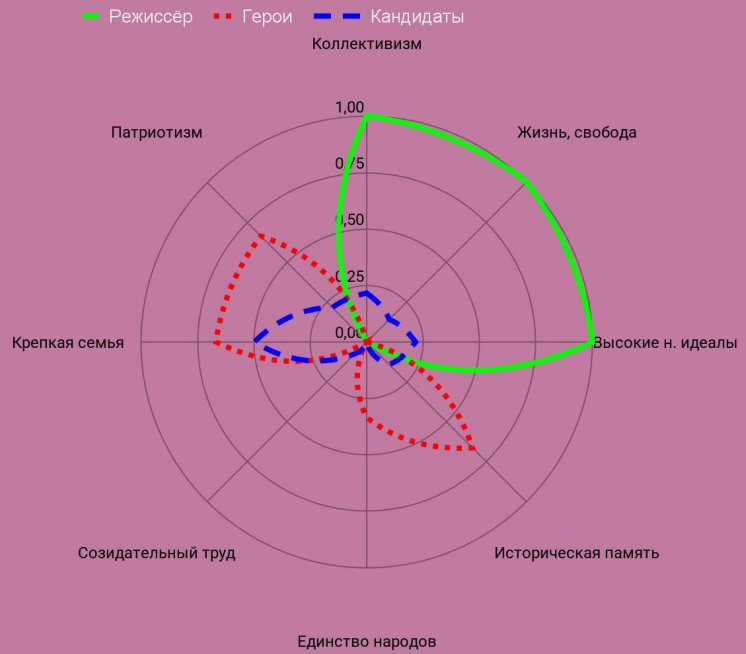
Основополагающий для участников документ - приглашение на участие в кастинге - содержит прямое указание на одну ценность - Созидательный труд.

Остальные требования и прямо указанные критерии отбора (харизма, наличие референсов или набросков будущих коллекций, оригинальность и актуальность творчества, планы по развитию бизнеса) прямого ценностного окраса не имеют.

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Ценности без подсказки

Режиссёр, кандидаты и герои



Результаты исследования

- Мнение героев (выбранных для продолжения съемок) о традиционных для России ценностях не имеют ни одного совпадения с выбором режиссёра:
- Остальные участники кастинга (как студенты, так и опытные модельеры) в незначительной части совпали с выбором режиссёра

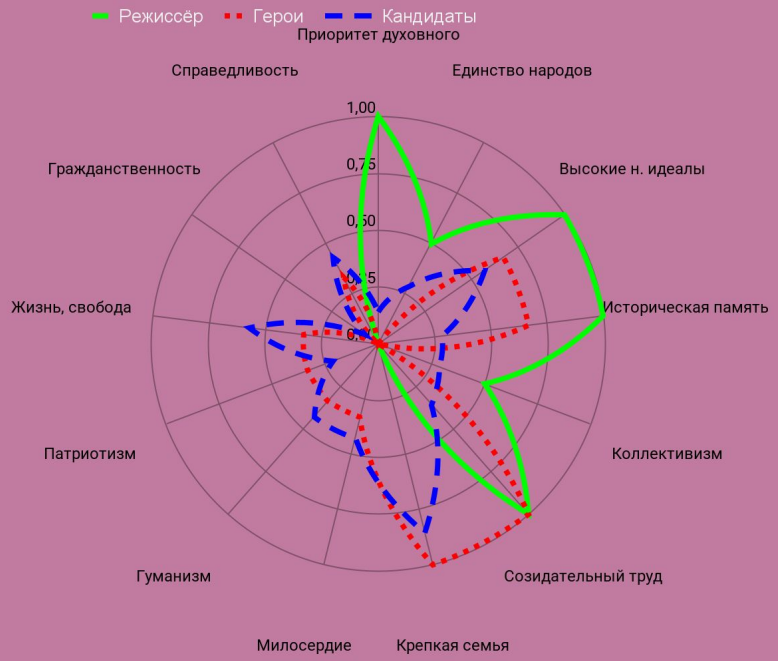
Таким образом, можно сделать вывод об отсутствии общего понимания общероссийских ценностей (без подсказки в виде списка из Указа №809) героев, выбранных для продолжения съемок, и режиссёра проекта.

Исследование проведено в феврале-марте 2026 года. Опрошен режиссёр и участники кастинга.
Метод: выбор из списка ценностей (Указ Президента РФ №809). Полный отчет об исследовании

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Ценности с подсказкой

Режиссёр, кандидаты и герои



Результаты исследования

- Ценностные профили героев (выбранных для продолжения съемок) имеют в приоритете три ценности, совпадающие с личным профилем режиссёра:
  - высокие нравственные идеалы
  - историческая память
  - созидательный труд
- Остальные участники кастинга (как студенты, так и опытные модельеры) в среднем вдвое реже выбирают вышеуказанные ценности

Таким образом, можно сделать вывод о высокой (60%) степени соответствия ценностного профиля героев, выбранных для продолжения съемок, ценностям режиссёра проекта

Исследование проведено в феврале-марте 2026 года. Опрошен режиссёр и участники кастинга. Метод: выбор из списка ценностей (Указ Президента РФ №809). Полный отчет об исследовании

ИДЕИ РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ
КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЙ

Влияние

ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Кого искал режиссёр?

Какими критериями пользовался режиссёр при отборе героев на кастинге		
	Режиссёр	Участники (17)
Харизма	1	5
Дизайнер должен иметь свою историю	1	3
Дизайнер, желательно, входит в коллаборации с коллегами	1	
Имеют на практике не просто цель заработать денег, но и иные цели, миссию	1	4
Важно быть именно русским дизайнером (в смысле привязанным душой к России)	1	
Опыт, планы на будущее		2
Сила бренда		3
Разнообразие дизайна		1
Не понимаю		4

- Режиссёру требовались русские герои яркие, с историей, стремящиеся не просто заработать, а привнести что-то обществу в коллаборации с коллегами
- Участники посчитали, что требуются харизматичные, имеющие свою историю и уже сильный бренд герои, с высокими целями и опытом.
- 4 из 17-ти участников кастинга (т.е. 23,5%) не поняли и не могут догадаться кого искал режиссёр
- Ценности того, что важно быть русским дизайнером не понял ни один участник

ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

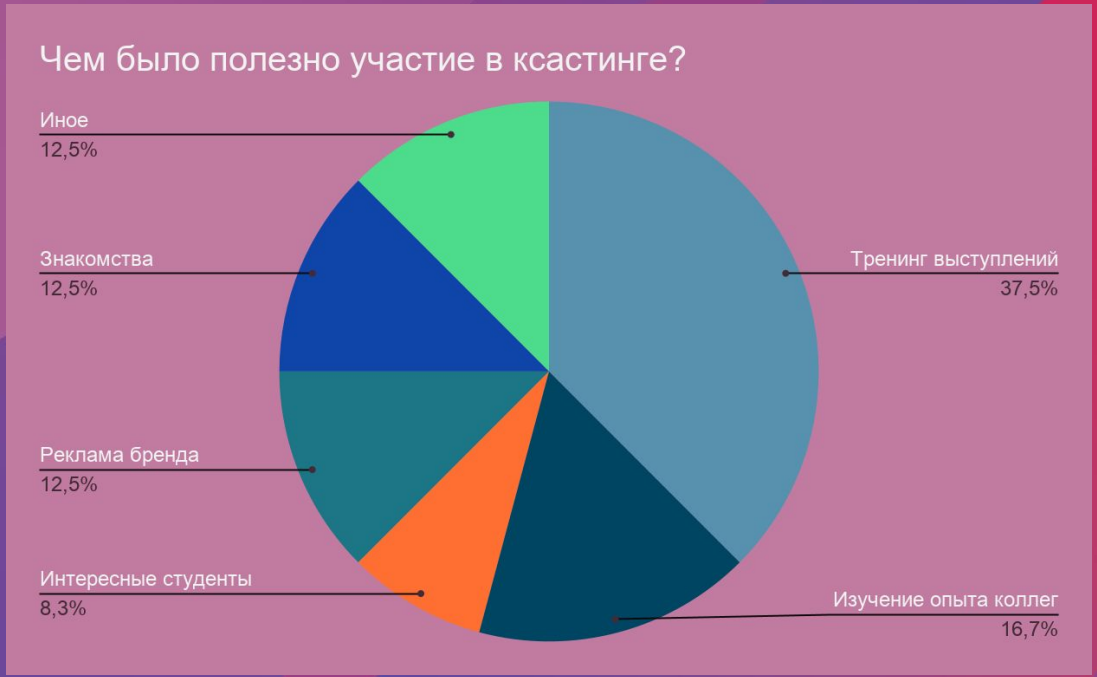
Было ли полезно участие в кастинге?

Было ли полезным для Вас участие в кастинге?

100% опрошенных ответили ДА.

Ценностное наполнение в выводах о полезности участия в кастинге отсутствует

Кроме того, неоднократно звучала претензия об отсутствии обратной связи от организаторов по результатам мероприятия



ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ
КРЕАТИВНЫХ
ИНДУСТРИЙ

Выводы и рекомендации

ИДЕИ И РЕШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС PR

ЯРКИЕ КРАСКИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Выводы на основе проведенной оценки

Исходные данные
- Авторский подход режиссёра предполагает отсутствие сценария в классическом виде, в связи с этим основное значение для проведения ценностей приобретают принципы отбора героев, личный ценностной профиль творца и “сверхзадача” проекта
- Оценка проводилась на этапе отбора героев - после проведения так называемого кастинга (в форме оценки кандидатов во время презентаций)

Подготовка проекта
- Личный ценностной профиль
  - При подаче заявки были указано 11 (!) традиционных духовно-нравственных ценностей (см. Указ Президента РФ #809).
    - Во время интервью автор перечислила и раскрыла лишь пять из них: Патриотизм; **Созидательный труд**; **Историческая память и преемственность поколений**; **Взаимопомощь и взаимоуважение**; **Высокие нравственные идеалы**
  - Режиссёр проекта имеет следующий ценностной профиль:
    - Приоритетные ценности (“без подсказки”): коллективизм, **взаимопомощь и взаимоуважение**; жизнь, свобода и права человека; высокие нравственные идеалы
    - Ценности “с подсказкой”: приоритет духовного над материальным; единство народов России; высокие нравственные идеалы; **историческая память и преемственность поколений**; коллективизм, **взаимопомощь и взаимоуважение**; **созидательный труд**.
  - Таким образом, сокращенный (по сравнению с заявкой) ценностный профиль проекта и личный ценностный профиль режиссёра в значительной степени совпадают.
- Цель (“сверхзадача”) проекта в заявке сформулирована следующим образом:
  - Создание позитивного медийного портрета «человека труда» лёгкой промышленности, популяризация профессий, необходимых для развития и роста креативной модной индустрии, среди российской молодёжи посредством широкого распространения масштабного документального кинопроекта
  - Таким образом, ценностью проекта №1 можно считать Созидательный труд

Реализация проекта
- Приглашение на кастинг (см. слайд №10)содержит прямое указание на стремление провести ценность “Созидательный труд” в рамках проекта.
- Опрос участников кастинга (как имеющих, так и не имеющих на начало марта 2026 года информацию о возможности съемки с ними в качестве героев) показал:
  - Приоритетные ценности (без подсказки) отобранных героев о традиционных для России ценностях не имеют ни одного совпадения с выбором режиссёра. Остальные участники кастинга (как студенты, так и опытные модельеры) в незначительной части совпали с выбором режиссёра
  - Ценности “с подсказкой” героев (выбранных для продолжения съемок) имеют в приоритете три ценности, совпадающие с личным профилем режиссёра Высокие нравственные идеалы; Историческая память и преемственность поколений; Созидательный труд. Остальные участники кастинга (как студенты, так и опытные модельеры) в среднем вдвое реже выбирают вышеуказанные ценности
  - Таким образом, можно сделать вывод о высокой (60%) степени соответствия ценностного профиля героев, выбранных для продолжения съемок, ценностям режиссёра проекта
- Все участники кастинга отметили полезность участия в мероприятии. Причины полезности у всех разные (в большинстве случаев - тренинг выступлений, обмен опытом, реклама и поддержание и развитие связей)

Влияние проекта
- Ценность, вербализованная режиссером в качестве критериев отбора одна: Приоритет духовного над материальным. Кроме того, дизайнер должен быть душой привязан к Россиии.
- 23,5% опрошенных участников по итогам кастинга поняли, что Приоритет духовного над материальным - важный критерий отбора.
- 35% опрошенных понимают, что отбирались опытные, имеющие сильные позиции на рынке и разнообразный дизайн специалисты, что косвенно можно связать с Созидательным трудом.
- Столько же (35%) участников не поняли принципов отбора совсем.
- Таким образом считаем:
  - Широкий список ценностей в заявке распыляет усилия и, в итоге, не позволяет оказать серьезное влияние (как минимум, на этапе кастинга)
  - Косвенное проведение ценности Созидательный труд среди участников кастинга по сравнению с другими проектами креативных индустрий считаем удовлетворительным (на заключительном этапе - восприятии фильма - средним является доля распознающих основную транслируемую ценность в 10-20%)

Рекомендации
- Рекомендуем сосредоточиться на сокращенном списке ценностей (согласовав с куратором). Считаем, что Созидательный труд необходимо оставить единственным или одним из основных
- Предлагаем выбрать материал для фильма, с одной стороны мотивирующий на работу в отрасли, с другой - стимулирующий к Созидательному труду.
- При повторном проведении кастинга однозначно артикулировать ценности в качестве критериев отбора.