ПОЛНЫЙ ОТЧЁТ ОБ ОЦЕНКЕ

ОТЧЕТ ОБ ОЦЕНКЕ ПРОЕКТА «МОЛОДЕЖНОЕ БЮРО. 5 ЭТАЖ»

ОРГАНИЗАЦИЯ — ИСПОЛНИТЕЛЬ ПРОЕКТА

СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ "УРАЛЬСКИЙ КЛУБ НОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ"

РЕЗЮМЕ 3
ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОБЪЕКТЕ ОЦЕНКИ 21
МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ: ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ, КЛЮЧЕВЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ ВОПРОСЫ, МЕТОДЫ СБОРА И АНАЛИЗА ДАННЫХ, ОБЪЕМ СОБРАННЫХ ДАННЫХ, ОГРАНИЧЕНИЯ 24
ГЛОССАРИЙ 28
ОСНОВНЫЕ СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПО КЛЮЧЕВЫМ ВОПРОСАМ ОЦЕНКИ 29
1.Как деятельность культурно-образовательного центра влияет на развитие локальной идентичности, вовлечение молодёжи и семей с детьми в творческие практики, формируя интерес к КОЦ в связке со сферой креативных индустрий? 29
2. Как мероприятия проекта вовлекают творческую молодежь и представителей креативного класса в культурную деятельность КОЦ, в креативные практики и проекты, связанные с культурой созидательного труда и производства /профессиями креативных индустрий/)? 70
РЕКОМЕНДАЦИИ, ТРУДНОСТИ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОЦЕНКИ 103
ПРИЛОЖЕНИЯ 114
Приложение 1. Дерево результатов проекта 114
Приложение 2 Логическая модель проекта 115
Приложение 3. Анкета для опроса участников мероприятий 120
Приложение 4. Анкета для опроса творческой молодежи 123
Приложение 5. Анкета для опроса экспертов – представителей креативного класса 126
Приложение 6. Гайд групповой дискуссии с творческой молодежью .. 127
Приложение 7. Гайд экспертного интервью с представителями креативного класса 128
Приложение 8. Описание методики творческого решения в проекте .. 129
Приложение 9. Оценка запроса стейкхолдеров 132
Приложение 10. Топ публикаций по охвату одного из мероприятий проекта – фестиваля творчества и технологий «ТехноНочь» 135

РЕЗЮМЕ

Объект оценки – проект «Молодежное бюро. 5 этаж».

Проект нацелен на создание нового культурно-образовательного пространства для деятельности молодежного сообщества, объединенного вокруг ценности развития локальной идентичности Чкаловского района и реализации инициатив по исследованию истории производств района, социокультурному проектированию развития территории района, а также расширения культурных проектов и инициатив в рамках партнерства в креативно-производственном кластере «Хлебозавод». Оценивался не весь проект, а только несколько этапов данного проекта, реализованных в период с 01 сентября 2025 года по 10 марта 2026 года.

Цель проекта – создание нового образовательно-культурного пространства для деятельности молодежного сообщества, объединенного вокруг ценности развития локальной идентичности Чкаловского района и реализации инициатив по исследованию истории производств района и социокультурному проектированию развития территории района и креативно-производственного кластера «Хлебозавод».

Ожидаемые результаты:

- На основе материалов по истории хлебокомбината и Чкаловского района, интервью с участием местных жителей и бывших работников комбината создано музейное пространство на площадке кластера с экспозицией по истории места.
- Создан на 5 этаже здания кластера «Хлебозавод» культурно-образовательный центр для встреч молодежного сообщества, освоению школьниками и студентами компетенций в сфере современных технологий и креативных индустрий, реализации культурных практик и событий.
- Вовлеченность жителей района в преобразование среды повысится за счет волонтерского участия в подготовке и проведении исследования, активного участия в мероприятиях проекта.
- Местные жители осознают локальную идентичность района в связке с историей хлебокомбината

Цель оценки – определение роли культурно-образовательного центра «Молодежное бюро 5 этаж» и музейной экспозиции в развитии креативного пространства, формирования локальной идентичности Чкаловского района и активизации креативных индустрий в кластере «Хлебозавод №6».

В фокусе оценки нескольких этапов данного проекта, реализованных в период с сентября 2025 года по март 2026 года.

За этот период в рамках проекта: 1) создан на 5 этаже здания кластера «Хлебозавод №6» культурно-образовательный центр для встреч молодежного сообщества, освоения молодежью компетенций в сфере современных технологий и креативных индустрий, реализации культурных практик и образовательных событий, связанных с смыслами территории и локальной идентичностью; 2) проведена студенческая экспедиция в рамках программы «Открываем Россию заново» для творческой молодежи – студентов урбанистов, социологов, дизайнеров, архитекторов, лингвистов и психологов , которые были вовлечены в разработку концепции музейной экспозиции «Хлебозавода» в культурно-образовательном центре, продумывание сюжетов, историй и интерактивного наполнения выставочного пространства; 3) проведено официальное открытие культурно-образовательного центра и музейной экспозиции в нем; 4) разработана концепция организации, содержание и подробные планы творческих промышленных экскурсий, а также проведена серия этих экскурсий на площадке креативно-производственного кластера «Хлебозавод»; 5) подготовлены экскурсоводы-гиды из числа творческой молодежи для проведения творческих мероприятий разных форматов и экскурсий на площадке кластера; 6) проведена серия творческих мероприятий для семей с детьми и молодежи, проживающей в Чкаловском районе.

Период проведения оценки: сентябрь 2025 – март 2026 года.

Ключевые стейкхолдеры: команда и лидер проекта, Администрация Чкаловского районо муниципального образования «город Екатеринбург», собственник и резиденты культурно-производственного кластера «Хлебозавод № 6», Президентский фонд культурных инициатив.

Команда исполнителей:
Организатор: АНО «Эволюция и филантропия».

Куратор оценки: эксперт-консультант по оценке социальных проектов, д-р социологических наук, доцент Певная М.В.
Разработка инструментария: д-р социолог. наук, профессор Шуклина Е.А.
Организация сбора данных: лидер команды проекта Закирова И.Л.
Анализ данных: д-р социолог. наук, доцент Певная М.В.; д-р социолог. наук, профессор Шуклина Е.А.

Методология оценки

Для планирования оценки был проведен анализа документации по проекту «Молодежное бюро. 5 этаж», а также реализовано интервью с лидером организации и членами ее команды. На основании полученных данных разработаны дерево результатов проекта и логическая модель, которые послужили основой для определения областей влияния и формулирования социокультурных результатов. Далее был разработан оценочный инструментарий, определена выборка респондентов (в соответствии с разработанными инструментами). Таким образом, в оценке проекта лежат как количественные, так и качественные методы. В основе анализа количественных данных находятся следующие методы: описательная статистика, в т.ч. частотный и корреляционный анализ; метод анализа показателей центральной тенденции (средний балл, медианный балл, среднеквадратическое отклонение); графические методы. Полученные количественные данные обработаны с помощью программы SPSS Statistics. В основе анализа качественных данных находится интерпретация содержания высказываний участников групповых интервью, экспертов, представляющих креативный класс, реализовано тематическое кодирование транскриптов индивидуальных и групповых интервью, результатов творческого патисипаторного исследования. В качестве иллюстрации выводов приводятся релевантные цитаты и фрагменты из транскриптов интервью, видеозаписей мероприятий и экскурсий.

Ключевые оценочные вопросы

1. Как деятельность культурно-образовательного центра влияет на развитие локальной идентичности, вовлечение молодёжи и семей с детьми в творческие практики, формируя интерес к КОЦ в связке со сферой креативных индустрий?

2. Как мероприятия проекта вовлекают творческую молодежь и представителей креативного класса культурную деятельность центра, в креативные практики и проекты, связанные с культурой созидательного труда и производства /профессиями креативных индустрий/)?

Перечень результатов и показателей оценки

Результаты	**Показатели**
Повышение интереса молодежи, семей с детьми к креативным проектам на площадке КОЦ и кластера	Доля представителей целевых аудиторий (ЦА), удовлетворённых своей творческой активностью и контентом творческих мероприятий в культурно-образовательном центре (КОЦ)
	Доля участников мероприятий, проявивших интерес к повторному участию, подписке на ресурсы КОЦ и кластера.
	Характеристики креативной среды КОЦ (контент творческих мероприятий), привлекательный для участников мероприятий
	Барьеры, мешающие развитию постоянных практик участия ЦА в творческих мероприятиях центра.
Повышение информированности молодежи и семей с детьми об истории района и его производственном наследии	Число посетителей открытия музейного пространства КОЦ, творческих мероприятий в его программе, узнавших о настоящем и прошлом производства в районе, о возможностях креативной деятельности на территории кластера
	Доля представителей целевых аудиторий (ЦА), которые отмечают повышение у себя интереса к истории района и его культурно-производственному наследию, в том числе к традициям созидательного труда
	Доля представителей целевых аудиторий (ЦА), которые отметили

	появление у себя новых знаний о локальной истории после участия в мероприятиях КОЦ.
Повышение интереса молодежи к креативным профессиям и проектному формату креативной деятельности	Число молодых участников творческих мероприятий открытия КОЦ, и музейного пространства, фестиваля творчества и современных технологий
	Доля молодых участников мероприятий открытия КОЦ, зарегистрировавшихся и пришедших на фестиваль творчества и современных технологий
	Доля представителей целевых аудиторий (ЦА), которые считают, что получили новую информацию о возможностях креативной деятельности, связанной с производством и креативными профессиями на площадке КОЦ.
	Доля участников мероприятий из числа молодежи, проявивших свой интерес к профессиям креативных индустрий
Актуализация форматов творческой самореализации детей и молодежи, стимулирующих развитие их креативности и восприятие ценности созидательного труда в пространстве кластера	Характеристика востребованности форматов креативной активности в пространстве КОЦ
	Характеристика вовлеченности разных ЦА в выбор компонентов ценностного ядра локальной идентичности в выставочном пространстве
	Перспективы развития творческих решений в проектах КОЦ, нацеленных на формирование локальной идентичности участников различных мероприятий
Рост мотивации творческой молодежи к участию в креативных проектах, посвящённых истории района, культуре	Доля представителей творческой молодежи, удовлетворенных своей самореализацией в креативных проектах, мероприятиях КОЦ, связанных с историей района,

созидательного труда и производства	культурой созидательного труда и производства
	Оценка (качественная) опыта участия творческой молодёжи в партнёрских креативных проектах, посвящённых истории района, культуре созидательного труда и производства.
	Самооценка творческой самореализации участников (качественная)
	Доля представителей творческой молодежи, готовых к участию в новых творческих инициативах и проектах кластера
	Число и качественная характеристика идей или культурных решений, инициированных молодёжью на базе КОЦ для формирования социокультурного ядра локальной идентичности в связке с ценностью созидательного труда
Идентификация экспертами возможностей сотрудничества с молодёжью, резидентами кластера на площадке КОЦ и их готовность к реализации своих творческих инициатив в партнерстве	Средний балл оценки экспертами, представляющими креативных класс, возможностей сотрудничества с креативной молодёжью после участия в мероприятиях проекта
	Восприятие экспертов и их характеристика КОЦ как пространства реализации культурных проектов и мероприятий, формирующих традиции, культурные смыслы и эстетические практики
	Количество идей в отношении компонентов ценностного ядра локальной идентичности в выставочном пространстве
	Количество реальных партнерских предложений о будущих проектах со стороны представителей креативного класса после их участия в мероприятиях проекта

Методы сбора данных	**Источники данных, генеральная совокупность**	**Количество опрошенных (чел.)**
Анкетирование	Опрос участников открытия музейного пространства и мероприятий культурно-образовательного центра, 800 человек.	209 чел.
	Опрос творческой молодежи, вовлеченной в организацию и помощь в проведении мероприятий проекта (волонтеров, гидов и т.д.), 250 человек.	100 чел.
Интервьюирование	Экспертные интервью с представителями креативного класса.	7 чел.
	Формализованный опрос экспертов представителей креативного класса.	24 чел.
	Групповое интервью с участниками творческой экспедиции, 18 чел.	№ 4
Анализ документов	Анализ данных организации, пользовательской активности в сетевых ресурсах центра: показатели вовлечённости аудитории (engagement metrics)	Выгрузка Scan-Интерфакс по одному из последних мероприятий проекта
	Творческое решение команды проекта по оценке эмоционального отклика и содержательного определения ценностного ядра локальной идентичности посетителями выставочного пространства	100 чел.

Ограничения

проект находится в стадии реализации, у исследовательской команды есть возможность взаимодействовать с целевыми аудиториями, включиться только в часть запланированных мероприятий, что влечет за собой риски формирования полноценной (запланированной) выборки по количественным исследованиям.

Анкетирование выявляет как правило заявленные изменения идентичности, интереса, намерений, будущего поведения. Данные были соотнесены с оценками членом команды организаторов и проверены анализом внутренней статистики центра.

Анкетирование на одном мероприятии выявляет моментальное впечатление, но не показывает долгосрочного освоения ценностей, закрепления практик участия.

В групповом интервью контекст экспедиции, общий опыт и эмоциональное единство могут формировать схожие оценки, снижающие вариативность мнений.

Качественные данные не претендуют на репрезентативность, углубляют и расширяют представления о ценностях локальной идентичности, позволяют определить условия достижимости среднесрочных результатов и долгосрочных эффектов от реализации проекта.

Ключевые результаты оценки

Опрос участников мероприятий проекта показывают высокую общую удовлетворённость их содержанием и форматом. Совокупно 96% респондентов отметили, что они либо «очень довольны» (62%), либо «скорее довольны» (34%) своим участием. Доля негативных оценок минимальна (4%), что указывает на общее соответствие мероприятий ожиданиям целевых аудиторий – как молодёжи, так и взрослых посетителей, включая семьи с детьми. Заявили о намерении прийти на

следующие мероприятия КОЦ 54% из числа всех опрошенных, ещё 44% рассматривают такую возможность.

Уже подписаны на ресурсы центра 44% участников, ещё 44% планируют подписаться в дальнейшем. Это свидетельствует о высоком потенциале формирования постоянной аудитории и развития коммуникации с посетителями через сетевые каналы. При этом доля тех, кто не планирует подписку (12%), указывает на наличие резерва для доработки информационной стратегии и повышения узнаваемости онлайн-ресурсов КОЦ.

Участники мероприятий характеризуют креативную среду КОЦ (контент творческих мероприятий) как: тёплое и эмоционально комфортное пространство; современную креативную площадку; место, где история и промышленное наследие получают новое осмысление; точку формирования сообщества и вовлечённости; символически насыщенное место, связанное с образом хлеба и района.

Наибольшее впечатление на посетителей КОЦ производят: интерактивные и партисипативные форматы; экскурсии и живое общение с носителями знаний; бережно поданная история места и промышленного наследия; продуманное визуально-пространственное решение; атмосфера открытости и человеческого участия.

Основными потенциальными барьерами развития постоянных практик участия целевых аудиторий в творческих мероприятиях КОЦ являются не качество самих мероприятий, а разрыв между офлайн-опытом и цифровым сопровождением участия; недостаточная фиксация участия в форме регулярного информационного контакта; отсутствие автоматического перехода от ситуативного интереса к устойчивой включённости.

Фактическое число мероприятий, которые прошли за период оценки проекта – 25 (экспедиция «Открываем Россию заново», фестиваль Хлеборезка, День Добрососедства, #ЩедрыйВторник, ТехноНочь, Пиксель-арт вечеринка для волонтеров, мероприятия, посвященные открытию музейного пространства, интенсив «Креативный тест-драйв в креативно-производственном кластере», пресс-конференция и пресс-туры, экскурсии и проектные сессии с резидентами и студентами, презентации студенческих проектов, активности для школьников и семей и т.д.).

После проведения мероприятий прирост подписавшихся на паблики Молодежного бюро составил более 50%. За счет реализации проекта «Молодежное бюро «5 этаж» в социальных сетях стало больше на 2 ресурса (целевых площадок). Количество подписчиков увеличилось на 635 человек. Общее число по 5 основным группам в контакте – 5417 подписчиков. Процент подписчиков, совершивших целевые действия (лайки, комментарии, репосты, сохранения и клики по ссылкам) – 23%.

После участия в мероприятиях более половины опрошенных (52%) указали, что узнали «много нового», ещё 44% сообщили, что узнали «что-то новое». Лишь 4% участников не зафиксировали для себя прироста знаний.

Для 63% респондентов интерес к истории района, профессиям и традициям созидательного труда стал «гораздо выше», ещё 32% отметили, что им стало «немного интереснее» узнавать о соответствующих аспектах. Доля не заинтересовавшихся составила лишь 5%. Таким образом, мероприятия КОЦ не только компенсируют дефицит знаний о промышленном прошлом территории, но и формируют устойчивую мотивацию к дальнейшему познанию локальной истории и культурно-производственных практик, что является ключевым элементом развития локальной идентичности.

Число молодых участников творческих мероприятий открытия КОЦ, и музейного пространства, фестиваля творчества и современных технологий составила более 3000 человек. Доля молодых участников мероприятий открытия КОЦ, зарегистрировавшихся и пришедших на фестиваль творчества и современных технологий, составила 75% от числа всех зарегистрировавшихся.

Доля тех, кто узнал после посещения, КОЦ о новых возможностях для самореализации (разнообразии форматов креативной активности) составила 70%. Отчасти получили новую информацию об этом 26% респондентов, ничего нового не узнали только 4%.

Выразили прямое намерение попробовать себя в одном из видов творческой или креативной деятельности 50% участников молодежной аудитории после посещения мероприятия. Ещё 43% отметили частичную готовность, у 7% нет таких планов. Потенциально больше интереса, а соответственно и реальных возможностей реализации этого потенциала у возрастной группы молодежи до 25 лет.

Мероприятия КОЦ помогают понять ценность труда, творчества и созидания, с этим утверждением согласился каждый второй участник (50%), скорее согласны 28%, затруднились дать ответ 16%, не согласились 6%.

Наиболее востребованными с точки зрения участников мероприятий проекта творческими форматами оказались экскурсии и выставки (65%), что указывает на сохраняющийся интерес к осмыслению истории территории и производственного наследия через визуальные и нарративные формы Значительная доля респондентов также выделяет мастер-классы (52%) и креативные лаборатории (43%), что свидетельствует о запросе на деятельностные форматы, предполагающие активное участие, пробу себя и освоение новых навыков. Востребованность образовательных программ (44%) и концертов, фестивалей (42%) подчёркивает важность разнообразия форматов и сочетания обучения с событийной культурой.

В творческом исследовательском решении, позволяющем оценить вовлеченность разных групп посетителей музейного выставочного пространства в выбор компонентов ценностного ядра локальной идентичности в выставочном пространстве, участники идентифицировали себя чаще в роли «любопытный житель» (34 из 100). Большая доля посетителей приходит в пространство КОЦ в режиме исследования и личного интереса, а не только как представители профессиональных сообществ или случайные посетители. Популярны оказались и роли, связанные с креативными практиками, познавательной мотивацией, такие как «творец» (24), «пытливый ум» (23) и «любитель креативного пространства» (22).

Общими темами ценностного ядра локальной идентичности, повторяющимися в большинстве анализируемых групп являются: «дом», «жизнь/жить», «родина/родной», «район», что легко объясняется спецификой аудитории посетителей, как преимущественно местных жителей. Выражена и семейно-социальная линия («семья», «ребёнок», «друг/подруга»), связывающая образ территории с близкими отношениями. Отдельным устойчивым смысловым блоком является тематика труда и профессионализма («работа / работать / профессиональный»), что поддерживает восприятие района как места созидательного труда. Отличия в ценностном ядре явно проявились в группе тех, кто проживает и работает в районе и в группе его гостей. Если

для местных жителей Чкаловский район – это «родина», эмоциональный и событийный фон личной биографии, то для приезжих – это в большей степени объект познания и новый культурно-досуговый ландшафт для повседневной активности.

По мнению участников, для развития творческих решений в проектах КОЦ, нацеленных на формирование локальной идентичности, важны наличие понятного календаря событий центра и кластера (47%), а также проведение больших фестивалей и тематических творческих мероприятий (по 46%). Это указывает на важность регулярности, предсказуемости и событийной насыщенности программы КОЦ. Существенную роль также играют форматы, ориентированные на обучение и вдохновение (39%), а также семейные мероприятия (31%) и возможности самореализации (29%).

Перспективы развития творческих решений КОЦ, нацеленных на формирование локальной идентичности, с позиции творческой молодежи связаны с рядом характеристик, которые позволяют, по мнению информантов, реализовывать (глубже раскрывать) креативность в интерпретации значимых для локального сообщества, территории культурно-исторических фактов, событий, повседневных практик и творческих мероприятий. Для них важен проектный формат работы. Они предпочитают самостоятельно выбирать фокус проекта (музейный, образовательный, дизайнерский, цифровой); работать с фрагментарным, «неполным» историческим материалом; конструировать новые смыслы на стыке прошлого, настоящего и проектируемого будущего территории. Возможность самостоятельно определить содержание, форму и конечный продукт проекта воспринимается как принципиальное условие личной вовлечённости; ощущения ответственности за результат; возникновения связи с местом как с «площадкой собственного действия», а не внешней институцией.

Проектная логика (квесты, музейные концепты, арт-объекты, образовательные программы, цифровые продукты) формирует у участников опыт присвоения пространства – КОЦ начинает восприниматься как место, где допустимо пробовать, ошибаться, предлагать и реализовывать идеи. Таким образом организационные перспективы развития пространства связываются с концепцией «креативной предпринимательской технологической песочницы» для творческой молодежи. При этом данные показывают, что развитие КОЦ

как пространства формирования локальной идентичности требует закрепления проектного формата не только в разовых экспедициях, но и в регулярных программах (лаборатории, школы, клубы, резиденции). Исследование доказало, что встречи с людьми кластера, представителями креативного класса (инициаторами, кураторами, художниками, управленцами и резидентами других креативных пространств) становятся для молодежи ключевым источником вдохновения и понимания ценности территории.

Важным оказался для креативной молодежи потенциал гибридных форматов, объединяющих образование, творческую деятельность и информацию о территории. Среди наиболее перспективных направлений в групповых интервью они называли такие форматы, как школы и лаборатории креативных индустрий (дизайн, SMM, цифровое искусство, экскурсионная деятельность); креативные экскурсии и промышленный туризм с авторской интерпретацией; коллаборации с современными художниками и дизайнерами; форматы клубной и регулярной активности (кинопоказы, дискуссии, подростково-молодежные клубы). Эти форматы рассматриваются ими не как «досуг», а как среда профессионального развития и личностного самоопределения, тесно связанные с территорией и самореализацией творческой личности.

В целом групповые интервью показывают, что перспективы развития творческих решений КОЦ в логике формирования локальной идентичности напрямую связаны с переходом от модели «культурной площадки» к модели открытой проектной среды, в которой локальная идентичность конструируется через действие; история территории становится предметом совместной интерпретации; молодежь выступает не аудиторией, а соавтором смыслов и форматов.

По мнению экспертов креативного класса, ценность созидательного труда рассматривается как одна из ключевых смысловых опор проекта. Эксперты отмечают, что производственное наследие (в частности, хлебопекарное) обладает высокой символической и педагогической ёмкостью, а тема хлеба позволяет говорить о труде как о понятной, «человеческой» и универсальной ценности, доступной для разных возрастных групп. В контексте формирования ценности созидательного труда КОЦ делает уникальным местом сочетание действующего производства, музейной экспозиции и живого общения, усиливающего эффект восприятия исторической памяти.

Проект КОЦ интерпретируется экспертами как площадка актуализации исторической памяти через повседневные и телесно понятные формы, а не через абстрактный патриотический дискурс. Важно, что в КОЦ локальная идентичность связывается не столько с прошлым, сколько с совместным проектированием будущего. Фестивали, соседские форматы, регулярные коллективные события рассматриваются экспертами как наиболее вероятные носители будущих традиций. «Место силы» при этом понимается не как символ, а как пространство совместного дела, самореализации и безопасного социального взаимодействия.

Подавляющее большинство творческой молодежи удовлетворены своим опытом участия в проекте (каждый второй полностью, 38% - скорее удовлетворен), что свидетельствует о высокой оценке организационного и содержательного уровня мероприятий). Высокая степень удовлетворенности отражается и в намерениях продолжать взаимодействие с КОЦ. Точно планируют продолжать участие в деятельности КОЦ 36% представителей творческой молодежи, такую возможность для себя рассматривают 61%, не планируют только 3%. Наиболее востребованными для них являются направления, связанные с визуальными и медийными формами творчества (72%). Существенный интерес также вызывают практики промышленного дизайна и ремёсел (41%), а также проекты, связанные с городскими инициативами и благоустройством (37%).

Значимым мотивом участия является возможность сотрудничества с другими творческими людьми (58%). Существенную роль также играет стремление к профессиональному развитию и пополнению портфолио (51%), а также интерес к новым форматам творческой деятельности (44%).

Только часть респондентов уже имеет сформированные проектные идеи (27%), тогда как значительная доля творческой молодежи испытывает интерес к подобной деятельности, но не знает с чего начать 41%. Желания развивать свои проекты не появилось после участия в мероприятиях КОЦ практически у каждого третьего (32%).

Чувствует полную уверенность в том, что точно может реализовать себя творчески на площадке КОЦ каждый пятый (20%), скорее уверены в этом 42%, средняя уверенность у 28%, минимальная у 9%.

После участия в различных мероприятиях КОЦ творческая молодежь в процессе своей креативной активности воспроизводила «творческие

продукты» – результаты созидательного труда, которые продолжают работать на формирование локальной идентичности в пространстве кластера. Серия креативных разработок вошла в музейную экспозицию и продолжает «работать» в экскурсионных форматах, реализуемых в КОЦ. В общей сложности 18 представителей творческой молодежи разработали 13 творческих продуктов, которые отражают ценность созидательного труда, базируются на истории хлебозавода при этом творчески реализованы с ориентацией на будущее, так как в их изготовлении использованы современные цифровые технологии и креативные решения. Описание продуктов для музейного пространства можно посмотреть по ссылке: https://vk.ru/@bureau5-ekspediciya-molodezhnoe-buro-5-etazh

После посещения экскурсий в музейном пространстве творческая молодежь вовлеклась в проведение мероприятий фестиваля творчества и современных технологий «Город ТехноТворчества», в рамках которого была организована креативная выставка из 15 объектов цифрового искусства. В создании работ для выставки участвовали 19 молодых художников, 34 волонтера – техника (студенты, помогающие художникам создавать цифровые объекты для выставки). Событие сопровождали и 12 наставников – студентов творческих специальностей, но обучающихся на старших курсах. 20 волонтеров – медиаторов провели 40 экскурсий для более 1000 посетителей выставки цифрового искусства в КОЦ.

Эксперты характеризуют КОЦ как потенциальную платформу межсекторного сотрудничества. В качестве ключевых механизмов развития партнёрства участники групповой экспертной дискуссии выделяют совместную разработку культурных программ, проведение межорганизационных событий, обмен экспертными и образовательными ресурсами, развитие резидентских форматов участия. По мнению участников дискуссии, одним из важных показателей успешности подобных площадок является не только экономическая устойчивость, но и способность стимулировать новые культурные инициативы.

Для обобщённой оценки результатов экспертного опроса был рассчитан интегральный индекс экспертной поддержки КОЦ, который отражает совокупную степень согласия экспертов с ключевыми утверждениями о концепции проекта, его культурном потенциале, значимости для территории и перспективах развития партнёрского взаимодействия с творческой молодежью по 14 содержательным индикаторам. Полученное

значение 4,59 из 5 возможных свидетельствует об очень высоком уровне экспертной поддержки проекта.

Результаты опроса демонстрируют высокий уровень признания экспертами потенциала КОЦ как пространства взаимодействия с молодежью и творческими сообществами. КОЦ как площадка для креативных проектов получила в среднем 4,65 из 5, соответствие центра потребностям творческой молодежи эксперты в среднем оценили на 4,48 из 5. Особое значение имеют показатель личной заинтересованности экспертов во взаимодействии с центром (4,36) и готовности реализовывать собственные проекты в партнерстве (4,26). Несмотря на то, что эти показатели несколько ниже других, они всё равно находятся в зоне высокой положительной оценки.

Участие представителей креативного класса в различных мероприятиях проекта уже привело не только к идеям партнерства, но и уже реализованным совместным творческим инициативам. Организаторы в период оценки фиксировали новые партнерские связи, планы совместной активности, состоявшиеся партнерские мероприятия. Количество реальных партнерских предложений о долгосрочном сотрудничестве, будущих проектах со стороны представителей креативного класса после их участия в мероприятиях проекта, часть из которых уже удалось совместно реализовать – 11.

Как сделать творческое пространство более эффективным и устойчивым для воспроизводства новых культурных событий и креативного класса из числа творческой молодежи (рекомендации).

1. Развитие проектных форматов участия молодежи. Целесообразно расширять форматы, предполагающие активное соучастие молодежи в создании культурных продуктов (проектные лаборатории, креативные экспедиции, хакатоны, воркшопы). Подобные форматы способствуют переходу участников от пассивного участия к роли авторов и разработчиков творческих решений.
2. Создание системы поддержки молодежных креативных инициатив. С учетом выявленного интереса к разработке собственных проектов рекомендуется развивать механизмы сопровождения молодежных инициатив: менторские программы, экспертные консультации, мини-гранты или конкурсные программы для реализации пилотных проектов.
3. Интеграция тем локальной истории и индустриального наследия в современные креативные практики, ориентированные на будущее. Для усиления связи молодежных проектов с задачами формирования

локальной идентичности рекомендуется активнее использовать темы истории района, культуры труда и индустриального наследия как содержательную основу для дизайнерских, медийных и художественных проектов.

4. Усиление коммуникации и информирования о возможностях участия. Выявленная потребность в большей информированности о проектах КОЦ предполагает развитие регулярных каналов коммуникации с молодежной аудиторией (календарь проектов, рассылки, социальные сети, партнерство с образовательными организациями), а также создание понятных траекторий включения в проекты – от участия в мероприятиях к участию в командах и разработке собственных инициатив.

5. Развитие исследовательских и креативных практик, интегрирующих культурное наследие и современные формы творчества. Перспективным направлением развития проектов является интеграция исследовательских и творческих практик, включая мультимедийные и визуальные форматы (фотопроекты, арт-карты, медийные истории о территории, публичные художественные интерпретации локальной культуры).

В целом результаты исследования показывают, что культурно-образовательный центр обладает значительным потенциалом развития как пространство культурного производства, общественного взаимодействия и формирования локальной идентичности территории.

Основные трудности развития связаны не с качеством культурного содержания, а с необходимостью институционализации практик участия, усиления коммуникации с аудиторией и формирования устойчивых траекторий вовлечения посетителей.

Реализация предложенных управленческих решений позволит:

- закрепить КОЦ как культурное «третье место» района;
- сформировать сообщество активных участников и резидентов;
- усилить роль центра в развитии креативных индустрий и молодежных инициатив;
- обеспечить устойчивое развитие КОЦ как культурного кластера и пространства формирования локальной идентичности территории.

Трудности:

В процессе реализации проекта выявлена усталость целевых аудиторий от опросных методов. Цифровые формы сбора данных на мероприятиях практически не сработали.

Сложно организаторам собирать исследовательские данные без заранее спланированных на этих ресурсах. Исследовательская деятельность оказывается трудоемкой и не всегда поддерживается всеми членами команды в силу их перегрузки, недопонимания важности этого направления дополнительной деятельности.

Творческое решение в выставочном пространстве требует отдельного ролевого сопровождения и модерирования. Сложно реализовывать это решение без дополнительных помощников, которые не только собирают данные, но и помогают участникам, общаются с ними, выслушивают и поддерживают.

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

Большие ресурсные затраты на реализацию полевого этапа проекта оценки.

Усталость молодежи от массовых опросов, неготовность целевых аудиторий проекта к работе с онлайн-инструментами исследования.

Как будут использовать результаты оценки:

рекомендации команде организации по расширению форматов творческих мероприятий культурно-образовательного пространства и их специализации с учетом выделенных в исследовании характеристик целевых аудиторий проекта;

использование дизайна оценки и инструментов сбора данных для оценки схожих проектов по тематике открытия и развития творческих пространств, ориентированных на локальные сообщества и креативную молодежь;

презентация доказанных результатов потенциальным партнерам для проведения новых креативных мероприятий и реализации сетевых творческих проектов;

презентация доказанных результатов стейкхолдерам для получения поддержки.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОБЪЕКТЕ ОЦЕНКИ

Объект оценки

проект «Молодежное бюро. 5 этаж»

Краткое описание объекта оценки

Проект нацелен на создание нового культурно-образовательного пространства для деятельности молодежного сообщества, объединенного вокруг ценности развития локальной идентичности Чкаловского района и реализации инициатив по исследованию истории производств района, социокультурному проектированию развития территории района, а также расширения культурных проектов и инициатив в рамках партнерства в креативно-производственном кластере «Хлебозавод №6».

Цель проекта – создание нового образовательно-культурного пространства для деятельности молодежного сообщества, объединенного вокруг ценности развития локальной идентичности Чкаловского района и реализации инициатив по исследованию истории производств района и социокультурному проектированию развития территории района и креативно-производственного кластера «Хлебозавод».

Оценивалось несколько этапов данного проекта, реализованных в период с сентября 2025 года по март 2026 года.

За этот период в рамках проекта решены **следующие задачи**:

1) создан на 5 этаже здания кластера «Хлебозавод №6» культурно-образовательный центр для встреч молодежного сообщества, освоения молодежью компетенций в сфере современных технологий и креативных индустрий, реализации культурных практик и образовательных событий, связанных со смыслами территории и локальной идентичностью;

2) проведена студенческая экспедиция в рамках программы «Открываем Россию заново» для творческой молодежи – студентов урбанистов, социологов, дизайнеров, архитекторов, лингвистов и психологов, которые были вовлечены в разработку концепции музейной экспозиции «Хлебозавода №6» в культурно-образовательном центре, продумывание сюжетов, историй и интерактивного наполнения выставочного пространства;

3) проведено официальное открытие культурно-образовательного центра и музейной экспозиции в нем;

4) разработана концепция организации, содержание и подробные планы творческих промышленных экскурсий, а также проведена серия этих экскурсий на площадке креативно-производственного кластера «Хлебозавод № 6»;

5) подготовлены экскурсоводы-гиды из числа творческой молодежи для проведения творческих мероприятий разных форматов и экскурсий на площадке кластера;

6) проведена серия творческих мероприятий для семей с детьми и молодежи, проживающей в Чкаловском районе.

Достоинства проекта

Проект по творческому событийному наполнению оказался достаточно гибким в плане коррекции мероприятий их «донастройки», исходя из промежуточных результатов исследований, которые были представлены и обсуждались с командой организации. Данные исследования помогали усилить социокультурное влияние отдельных мероприятий на целевые аудитории за счет уточнения их содержания, творческих решений, которые учитывали данные исследования.

В тематическом фокусе Проекта история «Хлебозавода № 6», пространство креативного развития творческой молодежи и творческой активности местного сообщества одного из районов г. Екатеринбурга, объединяющего разные микрорайоны Чкаловского района. Проект не является разовым культурным мероприятием, это начало системной работы ориентированного на инновации коллектива и социокультурного пространства, взращивающих «креативный класс» и стимулирующих проявление креативности у тех, кто участвует в различных мероприятиях и проектах организации.

Социокультурные проблемы, на решение которых направлен проект:

- отсутствие условий для реализации жителями Чкаловского района в том числе молодежью своего творческого потенциала с учетом

специфики территории и нового пространства кластера, где сосредоточены производства креативных индустрий;
- размытость локальной идентичности при отсутствии осознания жителями своей сопричастности к истории и развитию района;
- запрос на определение перспективы развития культурно-образовательного центра для укрепления связей творческой молодежи, бизнеса и представителей креативного класса как основы воспроизводства культурных проектов и устойчивости креативных производств кластера.

Сферы влияния проекта:

- Местное сообщество – повышение интереса местных жителей Чкаловского района и екатеринбуржцев к истории и наследию территории своего проживания, формирование локальной идентичности.

- Экономическая сфера – повышение интереса и стимулирование активности творческой молодежи как человеческого капитала креативной экономики и потенциальных лидеров проектов креативно-производственного кластера; расширение туристической привлекательности кластера, культурных мероприятий его резидентов за счет активизации творческих событий и креативных проектов в партнерстве с молодежным бюро.

Целевые группы проекта (творческого молодежного пространства в целом):

- Подростки и молодёжь Екатеринбурга и ближайших городов.
- Семьи с детьми, преимущественно проживающие на территории Чкаловского района Екатеринбурга.

Дерево результатов представлено в Приложении 1.

МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ: ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ, КЛЮЧЕВЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ ВОПРОСЫ, МЕТОДЫ СБОРА И АНАЛИЗА ДАННЫХ, ОБЪЕМ СОБРАННЫХ ДАННЫХ, ОГРАНИЧЕНИЯ

Цель оценки: определение роли культурно-образовательного центра «Молодежное бюро 5 этаж» и музейной экспозиции в развитии креативного пространства, формирования локальной идентичности Чкаловского района и активизации креативных индустрий в кластере «Хлебозавод №6».

Задачи оценки:

1. Оценить влияние культурно-образовательного центра и его мероприятий на формирование интереса и вовлечения молодёжи в культурную и креативную деятельность, выявить какие факторы способствуют мотивации участия в творческих практиках, связанных с культурой созидательного труда, промышленным наследием и профессиями креативных индустрий,

2. Проанализировать влияние культурно-образовательного центра на повышение информированности молодёжи и семей с детьми об истории и культурной идентичности района, а также на развитие устойчивого интереса к локальному наследию и креативным практикам, объединяющим разные поколения.

3. Выявить потенциал культурно-образовательного центра как площадки партнёрского взаимодействия представителей креативного класса, бизнеса, музейного и образовательного сообществ, определив степень его привлекательности как точки притяжения для культурных проектов, коллабораций и социокультурных инноваций.

Период проведения оценки: сентябрь 2025- март 2026 года.

Ключевые стейкхолдеры: команда и лидер проекта, Администрация Чкаловского районо муниципального образования «город Екатеринбург», собственник и резиденты культурно-производственного кластера «Хлебозавод № 6», Президентский фонд культурных инициатив.

Ключевые оценочные вопросы

1. Как деятельность культурно-образовательного центра влияет на развитие локальной идентичности, вовлечение молодёжи и семей с детьми в творческие практики, формируя интерес к КОЦ в связке со сферой креативных индустрий?

2. Как мероприятия проекта вовлекают творческую молодежь и представителей креативного класса культурную деятельность центра, в креативные практики и проекты, связанные с культурой созидательного труда и производства /профессиями креативных индустрий/)?

Методы сбора данных	**Источники данных, генеральная совокупность**	**Количество опрошенных (чел.)**
Анкетирование	Опрос участников открытия музейного пространства и мероприятий культурно-образовательного центра, 800 человек.	209 чел.
	Опрос творческой молодежи, вовлеченной в организацию и помощь в проведении мероприятий проекта (волонтеров, гидов и т.д.), 250 человек.	100 чел.
Интервьюирование	Экспертные интервью с представителями креативного класса.	№ 7
	Формализованный опрос экспертов представителей креативного класса.	24 чел.
	Групповое интервью с участниками творческой экспедиции, 18 человек.	№ 4
Анализ документов	Анализ данных организации, пользовательской активности в сетевых ресурсах центра: показатели вовлечённости аудитории (engagement metrics)	Выгрузка Scan-Интерфакс по одному из последних мероприятий проекта
	Творческое решение команды проекта по оценке эмоционального	100 чел.

	отклика и содержательного определения ценностного ядра локальной идентичности посетителями выставочного пространства	

В оценке проекта лежат как количественные, так и качественные методы. В основе анализа количественных данных находятся следующие методы: описательная статистика, в т.ч. частотный и корреляционный анализ; метод анализа показателей центральной тенденции (средний балл, медианный балл, среднеквадратическое отклонение); графические методы. Полученные количественные данные обработаны с помощью программы SPSS Statistics.

В основе анализа качественных данных находится интерпретация содержания высказываний участников групповых интервью, экспертов, представляющих креативный класс, реализовано тематическое кодирование транскриптов индивидуальных и групповых интервью, результатов творческого патисипаторного исследования.

В качестве иллюстрации выводов приводятся релевантные цитаты и фрагменты из транскриптов интервью, видеозаписей мероприятий и экскурсий.

Ограничения, касающиеся оценки в целом, инструментария и проводимого анализа данных

При оценке и анализе необходимо принять во внимание следующие факторы:

проект находится в стадии реализации, у исследовательской команды есть возможность взаимодействовать с целевыми аудиториями, включиться только в часть запланированных мероприятий, что влечет за собой риски формирования полноценной (запланированной) выборки по количественным исследованиям.

Анкетирование выявляет как правило заявленные изменения идентичности, интереса, намерений, будущего поведения. Данные были соотнесены с оценками членом команды организаторов и проверены анализом внутренней статистики центра.

Анкетирование на одном мероприятии выявляет моментальное впечатление, но не показывает долгосрочного освоения ценностей, закрепления практик участия.

В групповом интервью контекст экспедиции, общий опыт и эмоциональное единство могут формировать схожие оценки, снижающие вариативность мнений.

Качественные данные не претендуют на репрезентативность, углубляют и расширяют представления о ценностях локальной идентичности, позволяют определить условия достижимости среднесрочных результатов и долгосрочных эффектов от реализации проекта.

Команда исполнителей:
Организатор: АНО «Эволюция и филантропия».
Куратор оценки: эксперт-консультант по оценке социальных проектов, д-р социологических наук, доцент Певная М.В.
Разработка инструментария: д-р социолог. наук, профессор Шуклина Е.А.
Организация сбора данных: лидер команды проекта Закирова И.Л.
Анализ данных: д-р социолог. наук, профессор Шуклина Е.А., д- р социолог. наук, доцент Певная М.В.

ГЛОССАРИЙ

Производственно-креативный кластер — это специализированная территория или экосистема, объединяющая творческие индустрии и реальное производство (мастерские, лаборатории, дизайн-бюро, креативные производства, культурно-досуговые площадки и т.д.) на одной территории, часто в бывших промышленных зонах городских пространств.

Резиденты — это разноплановые компании и индивидуальные предприниматели, социально-ориентированные некоммерческие организации, функционирующие на территории производственно-креативного кластера, обменивающиеся опытом и создающие инновационные продукты, либо оказывающие креативные услуги разным группам населения, либо бизнес-партнерам.

Культурно-образовательный центр (КОЦ) — это творческое пространство, которое включает в себя подкастерную, залы для публичных мероприятий, нетворкинга, музейную экспозицию об истории хлебозавода и творческие лаборатории и расположенное в креативно-производственном кластере. КОЦ ориентирован на творческую молодежь и подростков и предлагает площадку для реализации креативных проектов, воркшопов, изучения локальной истории и работы с наставниками, представителями креативных индустрий. Место называют точкой, где «пекут смыслы», превращая индустриальное наследие в современный креативно-образовательный хаб.

ОСНОВНЫЕ СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПО КЛЮЧЕВЫМ ВОПРОСАМ ОЦЕНКИ

1. Как деятельность культурно-образовательного центра влияет на развитие локальной идентичности, вовлечение молодёжи и семей с детьми в творческие практики, формируя интерес к КОЦ в связке со сферой креативных индустрий?

Подвопросы:

1.1. Как выставочное пространство и мероприятия КОЦ способствуют повышению интереса молодёжи и семей с детьми к истории района, культуре созидательного труда и промышленного наследия?

1.2. Как выставочное пространство и мероприятия КОЦ способствуют повышению интереса молодёжи и семей с детьми к творческим мероприятиям КОЦ и креативно-производственному кластеру?

1.3. Как выставочное пространство и мероприятия КОЦ способствуют формированию у молодежи и семей с детьми социокультурного ядра локальной идентичности, его творческому осмыслению через ценность созидательного труда, интеграцию истории, культуры повседневности и настоящего креативного производства кластера?

Методы сбора данных: опрос участников открытия музейного пространства и мероприятий культурно-образовательного центра, экспертные интервью с представителями креативного класса, формализованный опрос экспертов – представителей креативного класса; анализ данных организации и пользовательской активности в сетевых ресурсах центра.

Источник данных: участники мероприятий КОЦ (взрослые, в том числе родители с детьми, подростки и молодежь), эксперты, представляющие креативный класс.

ПОВЫШЕНИЕ ИНТЕРЕСА МОЛОДЁЖИ И СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ К КРЕАТИВНЫМ ПРОЕКТАМ НА ПЛОЩАДКЕ КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНО ЦЕНТРА И КЛАСТЕРА

Удовлетворенность творческой активностью и контентом творческих мероприятий в КОЦ, интерес к повторному участию

Настоящий аналитический отчёт подготовлен по результатам социологического исследования, посвящённого оценке деятельности культурно-образовательного центра (КОЦ), анализу его потенциала в развитии креативной активности жителей территории. Современные культурно-образовательные пространства выполняют важную социальную функцию, выступая площадками для творческого самовыражения, межпоколенческого взаимодействия и формирования новых культурных практик. В этой связи одним из ключевых показателей эффективности деятельности КОЦ является уровень вовлечённости целевых аудиторий, прежде всего молодёжи и семей с детьми, в культурные и креативные проекты, реализуемые в пространстве центра.

Количественные результаты опроса участников мероприятий культурно-образовательного центра свидетельствуют о высоком уровне позитивного восприятия опыта участия и формировании устойчивого интереса к дальнейшему взаимодействию с КОЦ.

Прежде всего, данные показывают **высокую общую удовлетворённость** содержанием и форматом мероприятий. Совокупно 96% респондентов отметили, что они либо «очень довольны» (62%), либо «скорее довольны» (34%) своим участием. Доля негативных оценок минимальна (4%), что указывает на общее соответствие мероприятий ожиданиям целевых аудиторий — как молодёжи, так и взрослых посетителей, включая семьи с детьми (см. табл.1).

Таблица 1 – Участники мероприятий КОЦ об удовлетворенности участием в мероприятиях

Насколько вы довольны участием в мероприятии Центра?	%
Очень доволен(а)	62
Скорее доволен(а)	34
Скорее не доволен(а)	2
Совсем не доволен(а)	2
Итого	100

Высокий уровень удовлетворённости подтверждается и **поведенческими намерениями** участников. Более половины опрошенных (54%) заявили о намерении прийти на следующие мероприятия КОЦ, ещё 44% рассматривают такую возможность. Таким образом, суммарно 98% респондентов не исключают повторного участия, что позволяет говорить о формировании устойчивого интереса к деятельности центра, выходящего за рамки разового посещения (см. табл.2).

Полученные количественные данные демонстрируют значимые статистические связи между субъективно оцениваемым познавательным эффектом участия в мероприятиях культурно-образовательного центра и намерением респондентов повторно посещать мероприятия КОЦ. Анализ показывает, что рост информированности о жизни, людях и производственной культуре района, а также усиление интереса к истории, профессиям и традициям созидательного труда статистически значимо связаны с готовностью к дальнейшему участию в креативных проектах на площадке центра (см. табл.2-3).

Таблица 2 – Респонденты о возможности повторного участия в мероприятиях в зависимости от самооценки повышения уровня информированности о производственной культуре района, полученной в КОЦ

Планируете ли вы прийти на следующие мероприятия в Центр?	После участия вы узнали что-то новое о жизни, людях и производственной культуре района?			
	Да, многое	Что-то новое узнал(а)	Нет	Итого
Да	64	42	38	54
Возможно	35	56	50	44
Нет	1	2	2	2
Итого	100	100	100	100

(*Pearson Chi-Square = Value 15,362[a], Asymp. Sig. (2-sided) 0,004; Cramer's V=0,203)*

Так, респонденты, отметившие, что после посещения КОЦ они узнали «много нового» о производственной культуре района, существенно чаще выражают готовность прийти на следующие мероприятия по сравнению с теми, кто указал отсутствие нового знания. Напротив, среди респондентов, не зафиксировавших для себя познавательного эффекта, выше доля неопределённой позиции или отказа от повторного участия (см. табл.2). Выявленная зависимость подтверждается результатами критерия *Pearson Chi-Square*, указывающими на статистически значимую

связь между переменными, а также значениями коэффициента V Крамера, свидетельствующими о связи умеренной силы.

Аналогичная закономерность прослеживается и в отношении интереса к истории, профессиям и традициям созидательного труда. Чем выше субъективная оценка роста интереса к данным аспектам после посещения центра, тем выше доля респондентов, планирующих повторное участие в мероприятиях КОЦ. При этом *респонденты, отметившие, что им стало «гораздо интереснее» узнавать об истории и профессиональной культуре, значительно чаще выбирают вариант однозначного намерения вернуться, тогда как среди тех, у кого интерес не изменился, преобладает позиция неопределённости* (см. табл.3).

Таблица 3 – Респонденты о возможности повторного участия в мероприятиях в зависимости от самооценки повышения интереса к истории, профессиям и традициям созидательного труда после посещения центра

Планируете ли вы прийти на следующие мероприятия в Центр?	Насколько вам стало интереснее узнавать об истории, профессиях и традициях созидательного труда после посещения центра?			
	Гораздо интереснее	Немного интереснее	Без изменений	Итого
Да	65	36	30	54
Возможно	34	61	70	44
Нет	1	3	0	2
Итого	100	100	100	100

(*Pearson Chi-Square = Value 17,596[a], Asymp. Sig. (2-sided) 0,001; Cramer's V=0,206)*

Статистический анализ подтверждает наличие значимой зависимости между ростом интереса и намерением повторного участия, что указывает на роль содержательного и смыслового наполнения мероприятий как фактора вовлечения целевых аудиторий.

Полученные результаты позволяют рассматривать формирование чувства сопричастности и локальной идентичности как важный механизм устойчивого интереса к креативным проектам центра.

Результаты анализа свидетельствуют о том, что КОЦ выполняет не только функцию досуговой и событийной площадки, но и выступает как пространство смыслового вовлечения, где познавательный опыт, интерес

к локальной истории и переживание преемственности прошлого и настоящего напрямую связаны с готовностью молодежи и семей с детьми к повторному участию в мероприятиях.

Это позволяет рассматривать развитие образовательных, историко-культурных и интерпретационных компонентов деятельности КОЦ как ключевое направление повышения интереса целевых аудиторий к креативным проектам на площадке центра и креативного кластера в целом.

Отдельного внимания заслуживает показатель готовности к цифровому взаимодействию с КОЦ. Уже подписаны на ресурсы центра 44% участников, ещё 44% планируют подписаться в дальнейшем. Это свидетельствует о высоком потенциале формирования постоянной аудитории и развития коммуникации с посетителями через сетевые каналы. При этом доля тех, кто не планирует подписку (12%), указывает на наличие резерва для доработки информационной стратегии и повышения узнаваемости онлайн-ресурсов КОЦ (см. табл.4).

Таблица 4 – Участники мероприятий о готовности к цифровому взаимодействию с КОЦ

Подписаны ли вы на ресурсы Центра (соцсети, рассылки)?	%
Да	44
Планирую подписаться	44
Нет	12
Итого	100

В совокупности данные таблиц 1-4 демонстрируют, что мероприятия КОЦ воспринимаются не только как интересный досуговый опыт, но и как **значимая точка входа в более длительное взаимодействие** с культурно-образовательным пространством и креативно-производственным кластером в целом. Это особенно важно в контексте задач по формированию устойчивых практик участия и вовлечения аудитории в сферу креативных индустрий.

Проанализируем количественные метрики пользовательской активности в сетевых ресурсах КОЦ: показатели вовлечённости аудитории (engagement metrics). У организации было 4 целевых группы в контакте и 2 канала в мессенджер телеграмм. За счет реализации проекта «Молодежное бюро «5 этаж» в социальных сетях стало больше на 2 ресурса (целевых площадок). Это группа проекта в контакте и канал в

мессенджере телеграмм. Количество подписчиков увеличилось на 635 человек и составило по 5 основным группам в контакте – 5417 подписчиков.

По данным статистики группы Молодежное бюро «5 этаж» в социальной сети в контакте: количество посещений – 4.3K, количество просмотров контента – 62.2K, охват контента – 7.3K.

Процент подписчиков, совершивших целевые действия (лайки, комментарии, репосты, сохранения и клики по ссылкам) – 23%. Показатель отражает отношение среднего числа реакций на пост к числу подписчиков страницы.

По итогам мероприятий проекта, реализованных в феврале и марте 2026 года выделены 5 публикаций в СМИ, которые в целом дали информационный охват – 364 278 просмотров. Данные представлены в Приложении 10.

Характеристики креативной среды КОЦ (контент творческих мероприятий) в оценке участников

Открытые вопросы анкеты посетителя мероприятий КОЦ (вв.15–16 см. Приложение 3), посвящённые описанию центра как «особенного места» и элементам выставочного пространства, вызвавшим наибольший интерес и вдохновение, позволяют дополнить количественные данные содержательной интерпретацией ценностных и эмоциональных аспектов восприятия КОЦ. Их анализ позволит углубить понимание механизмов формирования привязанности аудитории к пространству.

Результаты анализа ответов посетителей мероприятий КОЦ на открытый вопрос: «Что, по вашему мнению, характеризуют Центр как особенное место?», показывают, что культурно-образовательный центр воспринимается как аутентичное, эмоционально тёплое и креативное пространство, в котором органично соединяются промышленное прошлое, современное творчество и социальное взаимодействие. Анализ ответов респондентов визуально представлен в виде облака тегов (см. рис.1).



Рис.1 – Облако тэгов, построенное на основе ответов респондентов на открытый вопрос: «Что, по вашему мнению, характеризуют Центр как особенное место?».

Визуально хорошо читается несколько смысловых ядер. Центральные доминанты (наиболее частотные теги): «Хлеб», «История», «Креатив / творчество», «Атмосфера». Это означает, что пространство КОЦ воспринимается не как нейтральная культурная площадка, а как исторически укоренённое, эмоционально насыщенное, связанное с созидательным трудом, современное и креативное.

Второй пояс смыслов (устойчивые ассоциации): аутентичность, воспоминания, прошлое, завод, промышленность; развитие, инновации, технологии; люди, молодёжь, вовлечённость, активность; уют, тепло, гостеприимство, душевность.

Здесь хорошо видно «сшивание» прошлого и настоящего, т. е. ровно то, что концептуально закладывается в деятельность Центра как ценностное ядро локальной идентичности.

Периферийные, но важные маркеры: свобода, улица, искусство; дизайн, мастер-классы, интерактив; «вторая жизнь здания», «воскрешение». Они указывают на потенциал КОЦ как «третьего места» и точки культурного обновления района.

Анализ открытых ответов респондентов, визуализированный в виде облака тегов (см. Рис.1), показывает, что восприятие КОЦ устойчиво

формируется вокруг смыслового ядра, включающего категории «хлеб», «история», «креатив» и «атмосфера». Данные категории выступают маркерами локальной идентичности, связывая промышленное прошлое территории с современными форматами творческой и креативной активности. Существенную роль играют эмоционально-ценностные характеристики («тепло», «уют», «душевность», «гостеприимство»), что указывает на формирование у посетителей не только когнитивного, но и аффективного чувства сопричастности месту.

Для дальнейшего устойчивого развития КОЦ целесообразно целенаправленно усиливать выявленные смысловые ядра в коммуникационной, выставочной и программной политике.

Представим еще один срез анализа – интерпретируем ответы на открытый вопрос: «*Напишите три слова, которые, по вашему мнению, характеризуют наш Центр как особенное место*». Ответы респондентов демонстрируют устойчивую и достаточно согласованную картину восприятия Культурно-образовательного центра как пространства с выраженной ценностной, эмоциональной и символической нагрузкой. Анализ текстов позволил выделить пять ключевых смысловых кластеров.

Первый – Атмосфера и эмоциональный опыт пребывания. Часто в ответах встречаются характеристики, связанные с **атмосферой пространства**: *«тёплая», «душевная», «уютная», «доброжелательная», «гостеприимная», «светлая», «приятная», «радостная», «вдохновляющая»*. Это указывает на то, что КОЦ воспринимается не просто как площадка для мероприятий, а как **эмоционально комфортное место**, в котором посетителям хочется находиться и возвращаться. Для части респондентов Центр становится «точкой притяжения», «местом, близким сердцу», «третьим местом», что особенно значимо в контексте задач формирования устойчивых практик посещения.

Второй кластер – Креативность и современность. Он связан с восприятием КОЦ как **креативного и современного пространства**. Повторяются слова и выражения: *«креатив», «творчество», «современно», «инновации», «новизна», «нестандартное мышление», «прогрессивный», «технологичный», «яркий», «молодёжный»*. Это свидетельствует о том, что Центр успешно ассоциируется с креативными индустриями, новыми форматами досуга и образования, а также с

возможностью самореализации — особенно для молодёжи и активных горожан.

Третий кластер – История, преемственность и промышленное наследие. Значительный массив ответов, отнесенных к этому кластеру, связан с темой **истории и памяти места**: *«история», «воспоминания», «прошлое», «преемственность», «традиции», «завод», «промышленность», «хлеб», «зерно», «истоки», «Чкаловский район»*. При этом важно, что историческая составляющая редко фиксируется изолированно: чаще она **сочетается с креативностью и современностью** («история и креатив», «прошлое и технологии», «вторая жизнь здания»). Это указывает на успешную интеграцию промышленного наследия в актуальный культурный и образовательный контекст.

Четвертый кластер – Сообщество, люди, вовлечённость. Отдельный смысловой блок формируют ответы, которые отнесены в этот кластер, связанные с **людьми и социальным взаимодействием**: *«люди», «молодёжь», «сообщество», «общение», «вовлечённость», «активность», «сплочённость», «семья», «дети и родители»*. Центр воспринимается как пространство не только для потребления культурного продукта, но и для **встреч, общения, совместного действия**, что напрямую соотносится с заявленной моделью КОЦ как культурно-образовательного и общественного пространства.

Пятый кластер – Символика хлеба и уникальность места. Мотив **хлеба** присутствует в большом числе ответов и проявляется как символический якорь идентичности: *«хлеб», «батон», «зерно», «хлебозавод», «хлеб — смысл», «хлебное место Урала»*.

В сочетании с оценками *«уникальный», «аутентичный», «самобытный», «необычный»* это формирует образ КОЦ как **особенного, неповторимого места**, укоренённого в локальной истории и одновременно открытого современным практикам.

В целом ответы на открытый вопрос показывают, что КОЦ воспринимается аудиторией как:

- тёплое и эмоционально комфортное пространство;
- современная креативная площадка;
- место, где история и промышленное наследие получают новое осмысление;
- точка формирования сообщества и вовлечённости;

- символически насыщенное место, связанное с образом хлеба и района.

Таким образом, качественные данные подтверждают, что деятельность культурно-образовательного центра способствует формированию **социокультурного ядра локальной идентичности**, в котором ценности созидательного труда, истории и креативного настоящего соединяются в целостный и понятный для посетителей образ пространства.

Далее рассмотрим ответы респондентов на открытый вопрос: «Что в выставочном пространстве Вас больше всего вдохновило, заинтересовало и понравилось?» Ответы участников демонстрируют многослойное восприятие выставочного пространства КОЦ и позволяют выделить шесть устойчивых смысловых блоков, отражающих ключевые факторы привлекательности и вовлечённости аудитории.

1. Интерактивность и включённость посетителей. Чаще всего в ответах упоминаются **интерактивные форматы**: *мастер-классы, интерактивные выставки, возможность «потрогать», участие в действиях, партисипативность, мастер-классы с технологиями*. Это указывает на то, что для посетителей принципиально важна **активная позиция**, возможность не только наблюдать, но и взаимодействовать с экспозицией. Интерактивность выступает ключевым механизмом вовлечения как детей и подростков, так и взрослых, включая семьи.

2. Экскурсии и роль проводников смысла. Значительный массив ответов связан с **экскурсиями, лекциями и работой экскурсоводов**: *«экскурсия», «лектор», «квалифицированные люди», «подача материала», «заинтересованность сотрудников», «экскурсовод, гостеприимство»*. Это позволяет сделать вывод о высокой значимости **человеческого фактора** — роли медиаторов между пространством, историей и посетителем. Экскурсии воспринимаются не как вспомогательный элемент, а как центральная часть опыта, обеспечивающая осмысление истории и современности места.

3. История, память и «вторая жизнь» завода. Отдельный устойчивый блок связан с **историческим содержанием и промышленным наследием**: *история хлеба, история хлебозавода, воспоминания о заводе, истории жителей, бережное отношение к истории, здание завода и его новая жизнь, сочетание старого и нового*. Важно, что история воспринимается не в архивном, а в **актуализированном**

формате, вызывающем личные воспоминания и чувство сопричастности, особенно у жителей района. Часто подчёркивается ценность сохранения здания и переосмысления его функций.

4. Пространственное и визуальное решение. Многие ответы касаются **дизайна, интерьера и организации пространства**: *визуальное оформление, дизайн, стилистика, интерьер, экспозиция, атмосфера, продуманное пространство, свет, музыка*. Это указывает на важность целостного пространственного опыта: выставка воспринимается не только через содержание, но и через **эстетику, атмосферу и сценарий движения** по пространству.

5. Люди и социальная атмосфера. Отдельно фиксируется позитивное восприятие **людей, работающих в пространстве**: *доброжелательные люди, душевное отношение, улыбки, отзывчивость персонала, интересные люди*. Центр воспринимается как **дружелюбная и открытая среда**, что усиливает общее впечатление и способствует формированию доверия и желания возвращаться.

6. Уникальность контента и недоступность альтернатив. Часть респондентов подчёркивает ценность информации и опыта, которые **трудно получить вне КОЦ**: *«наличие информации, которую трудно найти в интернете», «нетипичная интерпретация истории», «рабочий процесс в промзоне», «цех», «действующее производство рядом с выставкой»*. Это подтверждает, что сочетание музея, креативных форматов и живого производственного контекста формирует **уникальное предложение**, отличающее КОЦ от традиционных музейных и выставочных пространств.

В целом ответы респондентов показывают, что наибольшее впечатление на посетителей производят:

- интерактивные и партисипативные форматы;
- экскурсии и живое общение с носителями знаний;
- бережно поданная история места и промышленного наследия;
- продуманное визуально-пространственное решение;
- атмосфера открытости и человеческого участия.

Таким образом, выставочное пространство КОЦ воспринимается не как статичная экспозиция, а как **живое, многослойное культурно-образовательное пространство**, где история, современное производство, творчество и коммуникация соединяются в единый

пользовательский опыт. Это напрямую работает на формирование устойчивого интереса аудитории и закрепление КОЦ как значимой точки культурного притяжения в Чкаловском районе.

Анализ этого блока качественных данных позволил соотнести результативность имеющихся наработок КОЦ, уже видимых и позитивно оцениваемых участниками (представителями целевых аудиторий), с их потенциалом и управленческими выводами и рекомендациями по его дальнейшему раскрытию (см. табл.5).

Таблица 5 – Что впечатляет посетителей и управленческие выводы для КОЦ

Что впечатляет и привлекает посетителей (по ответам респондентов)	**Эмпирические индикаторы (примеры типичных формулировок)**	**Управленческие выводы и рекомендации**
Интерактивность и возможность участия	«Можно трогать всё», «интерактивные выставки», «мастер-классы», «партисипативность» «Minecraft», «ИИ»	Интерактив — **ключевая ценность пространства**. Усиливать долю интерактивных элементов в планировании экскурсий по выставке; закладывать сценарии активного участия, а не пассивного просмотра.
Экскурсии и живое сопровождение	«Экскурсия», «квалифицированные лекторы», «подача материала», «экскурсовод», «узнала много нового»	Экскурсия — **основной медиатор смысла**. Инвестировать в подготовку экскурсоводов, включать методики сторителлинга, стандарты коммуникации. Рассматривать экскурсии как продукт, а не сервис «по умолчанию».

История хлебозавода и района	«История хлеба», «воспоминания о заводе», «история района», «бережное отношение к истории»	Исторический контент — **эмоциональный якорь**. Развивать локальную память (район, жители, труд), усиливать нарратив «вторая жизнь завода», поддерживать формат личных историй и свидетельств.
Сочетание старого и нового	«Сочетание старого и нового», «здание и новая жизнь», «интерпретация истории», «современные технологии»	Удачная стратегия ревитализации. Сохранять баланс между аутентичностью и инновациями; избегать «стерилизации» индустриального наследия.
Пространство и визуальная атмосфера	«Интерьер», «дизайн», «стилистика», «свет», «музыка», «продуманное пространство»	Пространство работает как самостоятельный «экспонат». Продолжать работу с дизайном среды, маршрутами движения, светом и звуком как инструментами вовлечения.
Люди и человеческое отношение	«Доброжелательные люди», «улыбки», «отзывчивость персонала», «душевное отношение»	Социальная атмосфера – **конкурентное преимущество**. Поддерживать ценности гостеприимства, коммуникации и включённости; фиксировать это как стандарт работы команды.
Уникальность контента	«Такого не найти в интернете», «нетипичная интерпретация», «рабочий процесс», «цех»	КОЦ воспринимается как **уникальный опыт**, а не дублирующая институция. Делать акцент на эксклюзивности через

		доступ к процессам, знаниям, людям и пространствам.
Образовательная ценность	«Познавательно», «узнала новое», «лекции», «история», «информация»	Центр воспринимается как **образовательно-культурная площадка**. Усиливать интеграция творчества и просвещения (циклы лекций, школьные и семейные программы).
Семейная и межпоколенческая привлекательность	«Ребёнку понравилось», «можно с детьми», «вспомнилось приятное»	Потенциал семейной аудитории высокий. Развивать форматы для разных возрастов, включая совместные активности детей и взрослых.

В целом КОЦ воспринимается посетителями как живое культурно-образовательное пространство, где решающую роль играют интерактив, люди, история и атмосфера. Основная управленческая задача – сохранить и усилить эту «живость», не смещаясь в сторону формальной музейности или событийной одноразовости.

Возможные барьеры формирования устойчивых практик участия ЦА в мероприятиях КОЦ

Сопоставление данных об удовлетворённости участием в мероприятиях КОЦ (см. табл.1) и готовности к цифровому взаимодействию с центром (см. табл.4) позволяет выявить ряд потенциальных барьеров, ограничивающих переход разового посещения в устойчивые практики регулярного участия.

Во-первых, при высоком уровне удовлетворённости участием в мероприятиях (96% респондентов отметили, что они «очень довольны» или «скорее довольны») наблюдается заметный разрыв между позитивным опытом офлайн и уровнем фактического цифрового включения аудитории. Лишь 44% участников на момент опроса подписаны на цифровые ресурсы центра, тогда как ещё 44% только декларируют намерение подписаться, а 22% не рассматривают цифровое взаимодействие с КОЦ.

Этот разрыв может свидетельствовать о **барьере трансляции позитивного офлайн-опыта в устойчивое онлайн-присутствие**, которое является ключевым условием поддержания регулярного интереса и информирования о будущих мероприятиях. Таким образом, даже при высокой удовлетворённости посещением мероприятия не формируется автоматическая привычка следить за деятельностью центра в цифровой среде.

Во-вторых, доля респондентов, выбравших вариант «планирую подписаться», указывает на наличие **отложенного вовлечения**, которое потенциально может не реализоваться без дополнительных стимулов. Это может отражать как недостаточную выраженность цифровых точек входа в ходе мероприятий, так и ограниченную воспринимаемую ценность цифровых каналов КОЦ по сравнению с офлайн-форматами.

В-третьих, наличие группы респондентов, не удовлетворённых участием в мероприятии (4%), хотя и незначительной по численности, указывает на **риск фрагментарного опыта**, который при отсутствии последующей коммуникации может усиливать дистанцирование данной части аудитории и снижать вероятность повторного участия. Даже небольшая доля негативного опыта при отсутствии механизмов обратной связи и персонального «дожима» может выступать барьером для формирования устойчивых практик участия.

В целом полученные данные позволяют сделать вывод о том, что основными потенциальными барьерами развития постоянных практик участия целевых аудиторий в творческих мероприятиях КОЦ являются не качество самих мероприятий, а разрыв между офлайн-опытом и цифровым сопровождением участия; недостаточная фиксация участия в форме регулярного информационного контакта; отсутствие автоматического перехода от ситуативного интереса к устойчивой включённости.

Эти барьеры носят управленческий и коммуникационный характер и могут быть снижены за счёт усиления интеграции цифровых инструментов в офлайн-сценарии мероприятий, а также за счёт более явного позиционирования цифровых ресурсов центра как продолжения и расширения опыта участия.

ПОВЫШЕНИЕ ИНФОРМИРОВАННОСТИ МОЛОДЕЖИ И СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ ОБ ИСТОРИИ РАЙОНА И ЕГО ПРОИЗВОДСТВЕННОМ НАСЛЕДИИ

Фактическое число мероприятий, которые прошли за период оценки проекта – 25 (экспедиция «Открываем Россию заново», фестиваль Хлеборезка, День Добрососедства, #ЩедрыйВторник, ТехноНочь, Пиксель-арт вечеринка для волонтеров, мероприятия, посвященные открытию музейного пространства, интенсив «Креативный тест-драйв в креативно-производственном кластере», пресс-конференция и пресс-туры, экскурсии и проектные сессии с резидентами и студентами, презентации студенческих проектов, активности для школьников и семей и т.д.).

После проведения мероприятий прирост подписавшихся на паблики Молодежного бюро составил более 50% Количество подписчиков на новые ресурсы организации увеличилось на 635 человек.

Анализ результатов опроса участников открытия музейного пространства КОЦ и мероприятий, реализуемых в его программе, свидетельствует о существенном вкладе культурно-образовательного центра в повышение уровня информированности целевых аудиторий о прошлом и настоящем производственной культуры Чкаловского района, а также в актуализацию интереса к его историческому и трудовому наследию.

Формирование новых знаний о локальной истории и производственной культуре

Дадим оценку исходному уровню информированности целевых аудиторий. Собранные данные показывают, что до участия в мероприятиях КОЦ значительная часть посетителей имела ограниченные представления об истории района и его промышленном прошлом. Лишь каждый пятый респондент (20%) оценивал свою осведомлённость как высокую. При этом 46% опрошенных отмечали, что «немного слышали» о производственной истории района, а 34% практически не обладали соответствующими знаниями (см. табл.6).

Таблица 6 – Респонденты о знакомстве с историей района и его промышленным прошлым до участия в мероприятии

Насколько Вы были знакомы с историей района и его промышленным прошлым до участия в мероприятии?	**%**
Хорошо знал(а)	20
Немного слышал(а)	46

Практически не знал(а)	34
Итого	100

Таким образом, исходный уровень информированности большинства участников можно охарактеризовать как фрагментарный или поверхностный, что формирует благоприятные условия для образовательного и просветительского воздействия со стороны КОЦ.

После участия в мероприятиях культурно-образовательного центра подавляющее большинство респондентов отметили появление у себя новых знаний о жизни, людях и производственной культуре района. Более половины опрошенных (52%) указали, что узнали «много нового», ещё 44% сообщили, что узнали «что-то новое». Лишь 4% участников не зафиксировали для себя прироста знаний (см. табл.7).

Таблица 7 – Респонденты о познавательном эффекте посещения КОЦ (узнали что-то новое о жизни, людях и производственной культуре района)

После участия Вы узнали что-то новое о жизни, людях и производственной культуре района?	%
Да, многое	52
Что-то новое узнал(а)	44
Нет	4
Итого	100

В совокупности это означает, что 96% представителей целевых аудиторий получили новые знания о локальной истории и производственном наследии района в результате посещения мероприятий КОЦ. Данный показатель позволяет говорить о высокой эффективности реализуемых форм музейной и просветительской работы.

Рост интереса к истории района и традициям созидательного труда

Полученные данные также фиксируют выраженное усиление интереса посетителей к истории района, профессиям и традициям созидательного труда. Для 63% респондентов интерес к данной тематике стал «гораздо выше», ещё 32% отметили, что им стало «немного интереснее» узнавать о соответствующих аспектах. Доля участников, у которых интерес не изменился, составила лишь 5% (см. табл.8).

Таблица 8 – Респонденты о росте интереса к истории, профессиям и традициям созидательного труда после посещения нашего центра

Насколько Вам стало интереснее узнавать об истории, профессиях и традициях созидательного труда после посещения нашего центра?	%
Гораздо интереснее	63
Немного интереснее	32
Без изменений	5
Итого	100

Таким образом, мероприятия КОЦ не только компенсируют дефицит знаний о промышленном прошлом территории, но и формируют устойчивую мотивацию к дальнейшему познанию локальной истории и культурно-производственных практик, что является ключевым элементом развития локальной идентичности.

Формирование ощущения связи между прошлым и настоящим района

Отдельного внимания заслуживают результаты оценки субъективного восприятия связи между историческим прошлым и современным состоянием района. Согласно данным шкального вопроса, большинство респондентов продемонстрировали высокий уровень согласия с утверждением о переживании такой связи (см. табл.9).

.

Таблица 9 – Респонденты о росте интереса к истории, профессиям и традициям созидательного труда после посещения нашего центра

Согласны ли Вы со следующим утверждением: «Я почувствовал(а) связь между прошлым и настоящим района»	%
Не согласен	2
Скорее не согласен	3
Затрудняюсь однозначно ответить	16
Скорее согласен	25
Согласен	54
Итого	100

Средне значение = 4,24. Стандартная ошибка среднего значения = 0,69. Медиана = 5. Мода = 5. Среднекв. отклонение 0,990

Совокупная доля ответов с высокими значениями шкалы (4 и 5 баллов) составила 79%, при этом более половины опрошенных (54%) полностью согласились с утверждением. Среднее значение показателя составило 4,24 при медиане и моде, равных 5, что указывает на выраженную асимметрию распределения в сторону положительных оценок. Низкие

значения шкалы (1–2 балла) были зафиксированы лишь у 5% респондентов, что свидетельствует о минимальном уровне отчуждённости от исторического контекста места среди участников мероприятий.

В целом результаты анализа демонстрируют, что деятельность КОЦ эффективно решает задачу повышения информированности молодежи и семей с детьми об истории Чкаловского района и его производственном наследии. Центр выступает не только источником новых знаний, но и пространством смысловой интеграции прошлого и настоящего территории, способствуя формированию интереса к культуре созидательного труда и промышленной истории как значимому ресурсу современного развития.

Выявленные эффекты позволяют рассматривать КОЦ как важный социокультурный институт, обеспечивающий трансляцию историко-производственного наследия района в доступных, интерактивных и востребованных форматах, что создает основу для устойчивого вовлечения целевых аудиторий в культурные и креативные практики кластера.

ПОВЫШЕНИЕ ИНТЕРЕСА МОЛОДЕЖИ К КРЕАТИВНЫМ ПРОФЕССИЯМ И ПРОЕКТНОМУ ФОРМАТУ КРЕАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Число молодых участников творческих мероприятий открытия КОЦ, и музейного пространства, фестиваля творчества и современных технологий составила более 3000 человек.

Доля молодых участников мероприятий открытия КОЦ, зарегистрировавшихся и пришедших на фестиваль творчества и современных технологий, составила 75% от числа всех зарегистрировавшихся.

По результатам опроса участников мероприятий доля тех, кто узнал после посещения, КОЦ о новых возможностях своей самореализации (разнообразии форматов креативной активности) составила 70%. Отчасти получили новую информацию об этом 26% респондентов, ничего нового не узнали только 4%. Полученные данные позволяют зафиксировать выраженное влияние выставочного пространства и программной деятельности центра на формирование интереса молодежи к креативным профессиям, а также на осмысление проектного формата креативной деятельности, связанной с производственной и трудовой тематикой.

Готовность молодежи к «пробе» себя в креативных профессиях

Особое значение для оценки эффективности деятельности КОЦ в контексте развития креативных индустрий имеет показатель субъективной готовности молодежи попробовать себя в творческой или креативной профессии. В опросе приняли участие 33% молодых людей и девушек до 18 лет, 21% - от 18 до 25 лет, 13% - респондентов от 25 до 35 лет, и 33% респондентов старше 35 лет.

Согласно данным анкетирования, 50% участников молодежной аудитории после посещения мероприятия выразили прямое намерение попробовать себя в одном из видов творческой или креативной деятельности. Ещё 43% отметили частичную готовность, находясь в стадии интереса и предварительного самоопределения. Лишь 7% респондентов заявили об отсутствии такого намерения (см. табл.10).

Таблица 10 – Респонденты о желании попробовать себя в каком-то виде творчества или креативной профессии после участия в мероприятиях КОЦ

После участия сегодня в мероприятии нашего Центра Вы захотели попробовать себя в каком-то виде творчества или креативной профессии?	Возрастные группы молодежи			Всего
	до 18 лет	18-24	25-35	
Да	51	54	41	50
Отчасти	48	33	48	43
Нет	1	13	11	7
Итого	100	100	100	100

Таким образом, у 93% молодежи зафиксирован как минимум потенциальный интерес к креативным профессиям, что позволяет говорить о высоком мотивационном эффекте мероприятий КОЦ. Потенциально больше интереса, а соответственно и реальных возможностей реализации этого потенциала у возрастной группы молодежи до 25 лет. Полученные данные указывают на то, что центр не только транслирует информацию о креативных индустриях, но и инициирует процесс профессионального самоопределения в сфере творчества и проектной деятельности.

Для оценки природы интереса молодежи к креативным профессиям, важно понять, как происходит осмысление ценности труда, творчества и созидания в молодежной группе участников мероприятий КОЦ.

Важным содержательным результатом является формирование у участников целостного понимания ценности труда, творчества и созидания как взаимосвязанных элементов современной креативной экономики. Высокие оценки по соответствующему шкальному утверждению подтверждают данный вывод (см. табл. 11).

Таблица 11 – Мнение респондентов о том, помогают ли мероприятия КОЦ понять ценность труда, творчества и созидания

Согласны ли Вы со следующими утверждениями? / Мероприятие помогает понять ценность труда, творчества и созидания	%
Не согласен	3
Скорее не согласен	3
Затрудняюсь ответить	16
Скорее согласен	28
Согласен	50
Итого	100

Средне значение = 4,43. Стандартная ошибка среднего значения = 0,59
Медиана = 5. Мода = 5. Среднекв.отклонение 0,845

Совокупная доля положительных ответов составила 78%, при этом каждый второй полностью согласился с тем, что мероприятия КОЦ помогают осмыслить ценность труда, творчества и созидательной деятельности. Среднее значение показателя (4,43) при медиане и моде, равных 5, свидетельствует о выраженной ориентации участников на позитивное восприятие креативного труда как социально значимой и содержательной деятельности. Низкая стандартная ошибка и умеренное среднеквадратическое отклонение указывают на относительную однородность оценок, что позволяет говорить о стабильности выявленного эффекта среди различных групп посетителей.

В целом результаты анализа подтверждают, что деятельность КОЦ способствует формированию устойчивого интереса молодежи к креативным профессиям и проектному формату креативной деятельности. Центр выступает не только площадкой культурного досуга, но и средой первичной профессиональной ориентации, в которой ценность творчества осмысливается через призму труда, производства и созидания.

Зафиксированная высокая доля молодежи, демонстрирующей готовность или потенциальную готовность к пробе себя в креативных профессиях, позволяет рассматривать КОЦ как значимый элемент инфраструктуры

развития креативных индустрий на территории кластера. Мероприятия центра формируют связку между историей производства, современными формами творческой деятельности и индивидуальными профессиональными траекториями молодежи, что соответствует стратегическим целям развития креативно-производственного пространства Хлебозавода № 6.

АКТУАЛИЗАЦИЯ ФОРМАТОВ ТВОРЧЕСКОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ, СТИМУЛИРУЮЩИХ РАЗВИТИЕ ИХ КРЕАТИВНОСТИ И ВОСПРИЯТИЕ ЦЕННОСТИ СОЗИДАТЕЛЬНОГО ТРУДА В ПРОСТРАНСТВЕ КЛАСТЕРА

Для анализа этой проблемы используем несколько разноплановых источников информации, а именно: данные анкетного опроса участников мероприятий КОЦ, групповых интервью с творческой молодежью, а также результаты экспертных интервью. Сочетание этих трех видов данных позволит усилить надежность итоговых выводов и управленческих рекомендаций.

Данные опроса участников мероприятий КОЦ позволяют оценить, в какой мере пространство КОЦ способствует освоению ценностного ядра локальной идентичности, а также выявить наиболее востребованные форматы креативной активности, стимулирующие развитие креативности и восприятие ценности созидательного труда у молодежи и семей с детьми.

Формирование чувства сопричастности к жизни района

Результаты оценки утверждения о том, что пространство Центра формирует чувство сопричастности к жизни района, демонстрируют высокий уровень ценностного эффекта от деятельности КОЦ. Совокупная доля положительных оценок составляет 88%, при этом 63% респондентов полностью согласны с данным утверждением. Среднее значение показателя (4,47) при медиане и моде, равных 5, указывает на устойчиво выраженное чувство сопричастности, формируемое у посетителей (см. табл.12).

Таблица 12 – Мнение респондентов о том, что пространство КОЦ способно формировать чувство сопричастности к жизни своего района

Согласны ли Вы со следующими утверждениями? / Пространство Центра, на мой взгляд, формирует чувство сопричастности к жизни нашего района	%
Не согласен	1
Скорее не согласен	2
Затрудняюсь ответить	9
Скорее согласен	25
Согласен	63
Итого	100

Средне значение = 4,47. Стандартная ошибка среднего значения = 0,79
Медиана = 5. Мода = 5. Среднекв.отклонение 0,814

Полученные данные свидетельствуют о том, что КОЦ воспринимается не только как место проведения мероприятий, но и как социокультурное пространство, связывающее прошлое, настоящее и будущее района через практики творчества, созидательного труда и креативной деятельности. Это подтверждает способность Центра выполнять функцию «якоря локальной идентичности», особенно значимую для молодежи в условиях трансформации промышленной территории в креативный кластер.

Востребованные формы креативной активности

Анализ предпочтений респондентов в отношении форм деятельности, представляющих наибольший интерес в пространстве КОЦ, показывает выраженный запрос на сочетание познавательных, интерактивных и творческих форматов (см. табл. 13).

Таблица 13 – Респонденты о формах деятельности, которые были бы им особенно интересны в КОЦ

Какие-то факты, события, активности, посвященные истории района или творчеству, вызвали интерес у Вашего ребенка?	%
Экскурсии и выставки	65
Мастер-классы	52
Образовательные программы	44
Креативные лаборатории	43
Концерты, фестивали	42
Семейные активности	33
Другое	5

Наиболее востребованными оказались экскурсии и выставки (65%), что указывает на сохраняющийся интерес к осмыслению истории территории и производственного наследия через визуальные и нарративные формы Значительная доля респондентов также выделяет мастер-классы (52%) и креативные лаборатории (43%), что свидетельствует о запросе на деятельностные форматы, предполагающие активное участие, пробу себя и освоение новых навыков. Востребованность образовательных программ (44%) и концертов, фестивалей (42%) подчёркивает важность разнообразия форматов и сочетания обучения с событийной культурой.

Ответы в категории «другое» (коворкинг, хакатоны, соучастие в формировании музея, работы художников) дополняют картину, указывая на интерес части аудитории к более продвинутым и соучаствующим форматам, предполагающим не только потребление культурного продукта, но и совместное производство смыслов и контента.

Семейные форматы и вовлечение детей

Группа респондентов с детьми составила 14% от общей выборки, однако полученные данные позволяют сделать осторожные, но показательные выводы. Среди родителей, оценивших семейные форматы мероприятий КОЦ, все респонденты дали положительную оценку. 46% отметили, что форматы полностью подходят, ещё 54% - что в целом подходят. Отсутствие негативных оценок указывает на адекватность выбранных форматов ожиданиям семейной аудитории.

При этом анализ интереса детей (по оценкам их родителей) к мероприятиям КОЦ показывает, что у 85% детей интерес был зафиксирован полностью или частично. Это свидетельствует о потенциале Центра как пространства первичного культурного и творческого опыта для детей, связанного с историей района и ценностями созидательного труда (см. табл.14).

Таблица 14 – Семейные участники об интересе своего ребенка, вызванном мероприятиями КОЦ

Какие-то факты, события, активности, посвященные истории района или творчеству, вызвали интерес у Вашего ребенка?	%
Да	31
Отчасти	54
Нет	15

Итого	100

Вместе с тем наличие доли ответов «нет» (15%) указывает на необходимость дальнейшей адаптации программ под разные возрастные группы и интересы. Охарактеризуем интересные форматы креативных мероприятий для семейного посещения (см. табл. 15).

Таблица 15 – Родители, пришедшие в КОЦ с членами своей семьи, о формах деятельности, которые были бы им особенно интересны в КОЦ их детям

Какие-то факты, события, активности, посвященные истории района или творчеству, вызвали интерес у Вашего ребенка?	%
Экскурсии и выставки	64
Мастер-классы	61
Семейные активности	61
Концерты, фестивали	43
Образовательные программы	39
Креативные лаборатории	36
Другое	4

Для родителей с детьми в приоритете также остаются экскурсии и выставки (64%), мастер-классы (61%). Однако более выражен запрос на семейные (61%) и развлекательные форматы активности, концерты и фестивали интересны 43%.

Характеристика вовлеченности разных ЦА в выбор компонентов ценностного ядра локальной идентичности в выставочном пространстве

Для решения данной задачи были разработаны специальные инструменты сбора данных, включая карточки выбора смыслов (см. Приложение 8). Для анализа открытых вопросов и формирования облаков тегов применялась библиотека Wordcloud. Из общей базы данных были отобраны ответы 100 посетителей выставки в КОЦ.

Выбирая свою роль на основе самоидентификации, каждый мог взять несколько карточек. Средняя частота выбора – 1,8. Рассматривая распределение данных, можно отметить чаще участники выбирали роль «Любопытный житель» чаще, чем какую-либо (34 из 100). Большая доля

посетителей приходит в пространство КОЦ в режиме исследования и личного интереса, а не только как представители профессиональных сообществ или случайные посетители. Одновременно заметную представленность имеют роли, связанные с креативными практиками и познавательной мотивацией, такие как «Творец» (24), «Пытливый ум» (23) и «Любитель креативного пространства» (22).

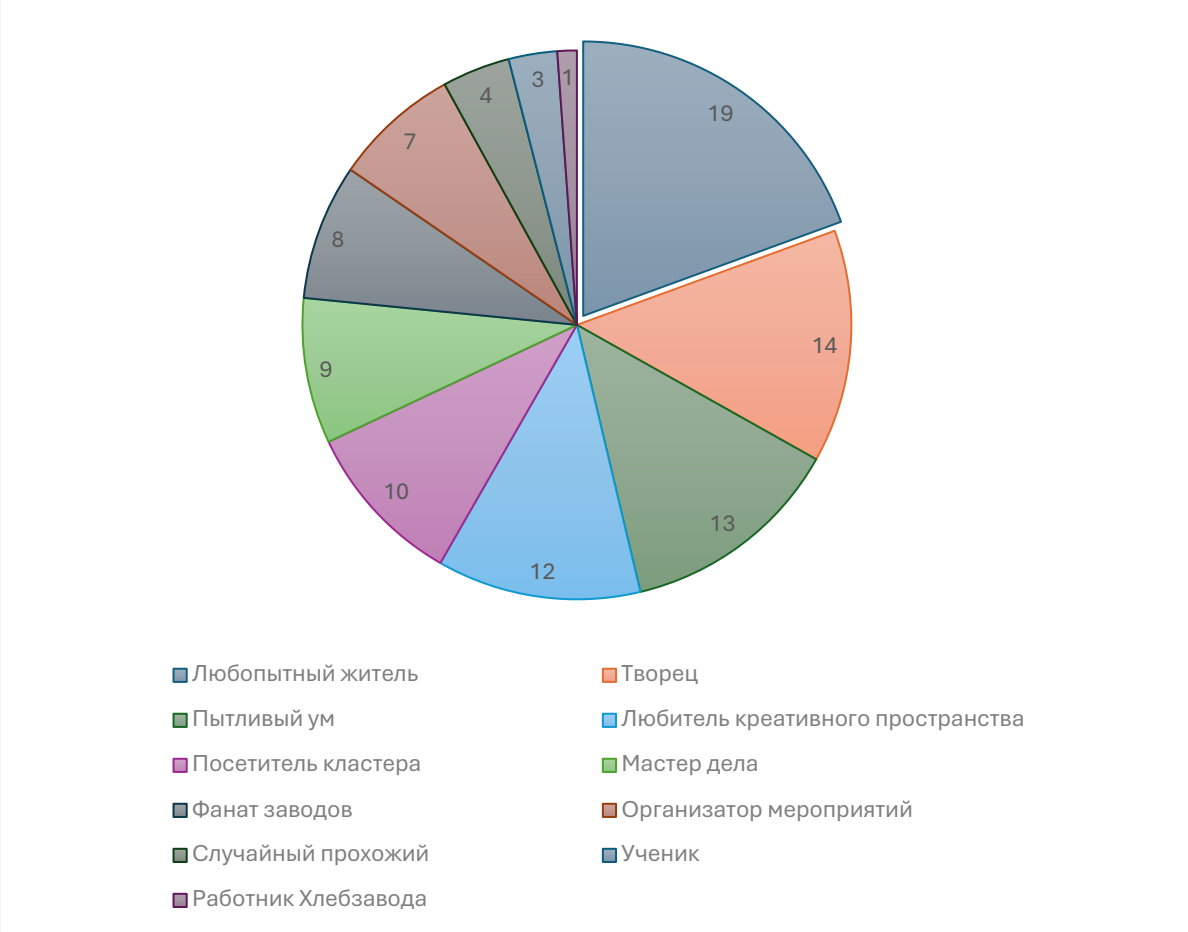


Рис. 2 – Выбор участниками мероприятий ролей самоидентификации в КОЦ

Собранные данные показали, что практически трое из четырех (77) от числа всех посетивших КОЦ людей в период исследования проживают в Чкаловском районе. Это свидетельствует о преимущественной популярности пространства именно среди местных жителей, даже несмотря на то, что в выборки попала часть участников из специально приглашённых на экскурсию групп. Среди жителей Чкаловского района чаще всего участники приехали или пришли в КОЦ из микрорайонов Ботаника и Вторчермет (16 и 16), с Автовокзала (15), Химмаша (13), Уктуса (11), Елизавета (9) и РТИ (8). Реже – были жители Военного городка и Солнечного (5 и 5), Горного Щита (3), Рудного (2), Керамики и Шабровского

(1). Живут в районе больше 5 лет – 43 участника, работают – 36. Чуть меньше, чем каждый четвертый (23) родился в Чкаловском районе. 13 – проводят свое свободное время. Тех, кто живет в районе меньше 5 лет всего 5 человек из 100. По возрасту в выборку участников вошли 44 человека старше 45 лет, 18 – от 36 до 44 лет, 17 – от 26 до 35 лет, 19 – от 18 до 25 лет, и младше 18 – 2 участника.

Для блока «район сейчас» были собраны и проанализированы ассоциации участников различных событий (например, мероприятия открытия центра, «Соседского дня» и т.д.). Ключевые темы, повторяющиеся в большинстве анализируемых групп, включают: «дом», «жизнь/жить», «родина/родной», «район», что легко объясняется спецификой аудитории посетителей, как преимущественно местных жителей. Выражена и семейно-социальная линия («семья», «ребёнок», «друг/подруга»), связывающая образ территории с близкими отношениями. Отдельным устойчивым смысловым блоком является тематика труда и профессионализма («работа / работать / профессиональный»), что поддерживает восприятие района как места созидательного труда.

На основе ассоциаций местных жителей и приезжих гостей район можно выявить значительные различия в восприятии и конструировании образа Чкаловского района. Для коренных и давно проживающих жителей район предстает в первую очередь как глубоко личное, укорененное пространство повседневной жизни и памяти. Доминирующие в их облаке понятия «дом», «жизнь», «уют», «работа», «школа», «воспоминания» и формируют ядро локальной идентичности, где территория – это продолжение личной истории, наполненное конкретикой микрорайонов и деталями быта (см. рис. 3).



Рис. 3 – Смыслы, формирующие ценностное ядро локальной идентичности участников мероприятий КОЦ – местных жителей

Ассоциативное поле ценностей и смыслов приезжих участников мероприятий КОЦ формируется с позиции внешнего наблюдателя и базируется скорее на ситуативном опыте. Ключевыми для них становятся категории «новое», «исследование», «открытие», «возможность». Их восприятие более символично и функционально, а район идентифицируется и ценится как «точка притяжения», «территория» для «прогулок» и «творчества», место со своим «вайбом» (см. рис. 4).

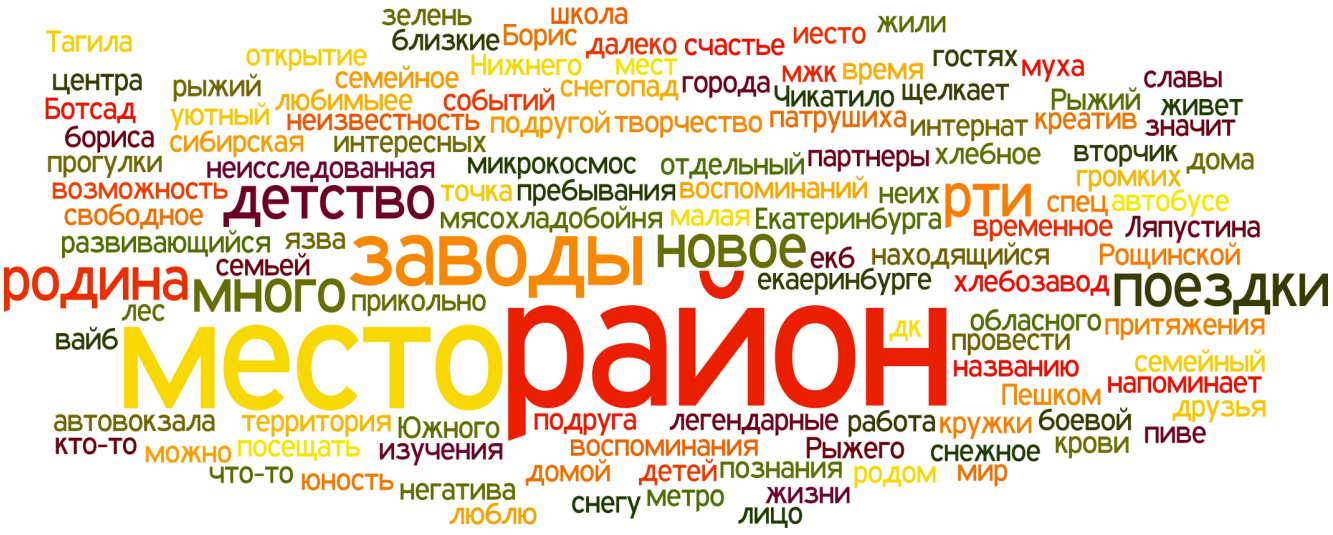


Рис. 4 – Смыслы, формирующие ценностное ядро локальной идентичности участников мероприятий КОЦ – гостей района

Таким образом, если для местных жителей Чкаловский район – это «родина», эмоциональный и событийный фон личной биографии, то для

приезжих – это в большей степени объект познания и новый культурно-досуговый ландшафт для повседневной активности.

Между разными группами наблюдались различия. У групп, связанных с социальной работой и сферой образования, сильнее выражены слова «профессиональный», «родина», «работа», формирующие образ района как чего-то функционального и рабочего, и бросается в глаза небольшое относительное разнообразие слов. При этом у студенческой аудитории впечатления от района связаны с поездкой в него и элементами экскурсии, что отражает их малые информированность и связность с районом. У «творческих людей» заметнее локальные идентификаторы и культурные маркеры, включая топонимы, что указывает на более символическое и образное восприятие территории. У участников «Соседского дня» выражена эмоционально-личностная привязка («мой», «самый», «любимый», «детство»), то есть образ района строится через опыт близости и личной истории.

Перспективы развития творческих решений в проектах КОЦ, нацеленных на формирование локальной идентичности участников различных мероприятий

Перспективы развития творческих решений в проектах КОЦ, нацеленных на формирование локальной идентичности участников различных мероприятий связаны с тем, как участники мероприятий обозначают условия расширения своего участия в событиях КОЦ на регулярной основе. Ответы на вопрос о факторах, которые позволили бы респондентам приходить в Центр чаще, позволяют выявить ключевые точки роста (см. табл.16).

Таблица 16 – Респонденты о том, что позволит им приходить в Центр чаще

Что позволит Вам приходить к нам в Центр чаще?	%
Календарь событий центра и кластера	47
Большие фестивали с разными видами творческой активности	46
Тематические творческие мероприятия	46
Мероприятия, где нас чему-то научат, вдохновят, заинтересуют, удивят	39
Регулярные творческие мероприятия в семейных форматах	31
Мероприятия, где мы можем самореализоваться, проявить свое «творческое Я»	29

Получение информации по рассылке	20

Наиболее значимыми факторами являются наличие понятного календаря событий центра и кластера (47%), а также проведение больших фестивалей и тематических творческих мероприятий (по 46%). Это указывает на важность регулярности, предсказуемости и событийной насыщенности программы КОЦ. Существенную роль также играют форматы, ориентированные на обучение и вдохновение (39%), а также семейные мероприятия (31%) и возможности самореализации (29%). В совокупности эти данные показывают, что устойчивое вовлечение аудитории требует не только информирования, но и выстраивания линейки форматов, в которых творчество и созидательный труд переживаются как личный опыт.

Результаты анализа подтверждают, что пространство КОЦ эффективно работает как среда актуализации творческой самореализации молодежи и семей с детьми, одновременно формируя чувство сопричастности к жизни района и ценностное отношение к созидательному труду. Востребованность интерактивных, образовательных и проектных форматов указывает на потенциал дальнейшего развития КОЦ как площадки соучастия, где креативность выступает не как абстрактная ценность, а как практический и социально значимый опыт.

В совокупности данные демонстрируют, что именно через разнообразие форм креативной активности и их укоренённость в локальной истории и производственном наследии КОЦ способен устойчиво вовлекать молодежь и семьи, формируя основу для развития креативного сообщества на территории кластера.

Рассмотрим перспективы развития творческих решений в проектах *КОЦ* на основе анализа групповых интервью (№4) с участниками творческой экспедиции «Креативные кластеры Свердловской области» (информанты – представители креативной молодежи из Екатеринбурга, Москвы, Санкт-Петербурга, с опытом работы в креативных индустриях, образовании, музейной и проектной деятельности).

Анализ групповых интервью с участниками творческой экспедиции показывает, что пространство КОЦ и креативного кластера Хлебозавода № 6 воспринимается молодежью не только как площадка для разового культурного потребления, но как потенциальная среда вовлечения в

творческую, проектную и исследовательскую деятельность, связанную с осмыслением локального контекста района.

Перспективы развития творческих решений КОЦ, нацеленных на формирование локальной идентичности, с позиции творческой молодежи связаны с рядом характеристик, которые позволяют, по мнению информантов, реализовывать (глубже раскрывать) креативность в интерпретации значимых для локального сообщества, территории культурно-исторических фактов, событий, повседневных практик и творческих мероприятий. Представим эти характеристики.

Во-первых, в пространстве КОЦ, по мнению творческой молодежи, ***локальная идентичность воспринимается как «проживаемый опыт», а не готовый нарратив.*** Ключевой вывод интервью заключается в том, что для молодежной аудитории формирование локальной идентичности происходит не через трансляцию готовой исторической информации, а через включённость в процесс переосмысления территории. Участники экспедиции подчёркивали ценность форматов, в которых они:

- самостоятельно выбирают фокус проекта (музейный, образовательный, дизайнерский, цифровой);
- работают с фрагментарным, «неполным» историческим материалом;
- конструируют новые смыслы на стыке прошлого, настоящего и проектируемого будущего территории.

Отсутствие «канонического» наследия Хлебозавода (архивов, артефактов, визуальных свидетельств) не воспринимается как дефицит. Напротив, это осмысливается как пространство для творческой интерпретации, где современная история кластера, опыт его преобразования и люди, вовлечённые в этот процесс, становятся самостоятельным объектом идентификации. Приведем ряд высказываний информантов в качестве подтверждения:

> *«Для нас регион открылся совершенно с другой стороны. Мы увидели, что здесь есть креативные пространства, новые культурные практики — и появляется другая оптика, через которую можно смотреть на город и на культуру» (юноша, Москва).*

> *«Сейчас город и область раскрылись для меня с абсолютно новой стороны. Когда я здесь жила раньше,*

интерес к культуре ещё не был сформирован, а теперь я смотрю на регион уже профессиональным взглядом» (девушка, Москва/Первоуральск).

«Когда видишь, как пространство меняется и как люди создают здесь новые проекты, начинаешь воспринимать территорию по-другому – не просто как место, а как культурную среду» (девушка, С.Пб.).

Данные показывают, что перспективные проекты КОЦ в сфере локальной идентичности должны опираться не на репрезентацию «готовой истории», а на форматы соучастия – совместное исследование, интерпретацию и производство смыслов о территории.

Во-вторых, перспективы творческих решений связываются информантами *с **проектным форматом как ключевым механизмом вовлечения и формирования локальной идентичности участников этих проектов*.**

Участники экспедиции высоко оценивают организацию работы именно в формате проектных команд с высокой степенью автономии. Возможность самостоятельно определить содержание, форму и конечный продукт проекта воспринимается как принципиальное условие:

- личной вовлечённости;
- ощущения ответственности за результат;
- возникновения связи с местом как с «площадкой собственного действия», а не внешней институцией.

Проектная логика (квесты, музейные концепты, арт-объекты, образовательные программы, цифровые продукты) формирует у участников опыт присвоения пространства — КОЦ начинает восприниматься как место, где допустимо пробовать, ошибаться, предлагать и реализовывать идеи. Приведем ряд высказываний информантов в качестве иллюстрации выделенной характеристики:

«У нас собралась команда абсолютных талантов — дизайнеры, люди, которые делали 3D-модели, концепты. Каждый нашёл своё применение и смог реализовать то, что ему действительно близко» (юноша, Москва).

«Даже из того небольшого количества материалов и пространства, которое пока есть, ребята смогли

придумать собственный квест и сделать полноценный проект» (девушка, Краснодар).

«Очень важно, что мы сначала посмотрели, как работают другие креативные пространства, а потом уже начали разрабатывать свои идеи – это позволило включиться в проект осознанно» (девушка, Ижевск).

Таким образом, данные показывают, что развитие КОЦ как пространства формирования локальной идентичности требует закрепления проектного формата не только в разовых экспедициях, но и в регулярных программах (лаборатории, школы, клубы, резиденции).

В-третьих, важным условием являются ***люди как главный носитель идентичности территории***. Во всех интервью устойчиво повторяется мотив значимости людей, работающих в кластере и вокруг него. Именно встречи с инициаторами, кураторами, художниками, управленцами и резидентами других креативных пространств региона становятся для молодежи ключевым источником вдохновения и понимания ценности территории.

- Локальная идентичность в данном случае формируется через:
- персональные истории преобразования пространства;
- примеры индивидуального вклада в развитие территории;
- наблюдение за тем, как один человек или небольшая команда меняют среду вокруг себя.

Приведем ряд высказываний информантов в качестве иллюстрации выделенной характеристики:

«Меня очень вдохновляют люди, которые здесь всё делают. Когда видишь, как один человек может изменить пространство вокруг себя, это действительно производит сильное впечатление» (девушка, Казань).

«Когда наблюдаешь, как люди реализуют свои идеи и постепенно преобразуют пространство, понимаешь, что это место действительно развивается» (юноша, Москва).

«Вдохновляет именно то, что здесь есть люди, которые этим занимаются и готовы создавать что-то новое» (девушка, Владивосток).

Таким образом, в проектах КОЦ целесообразно системно усиливать персонализацию локальной истории через фигуры людей, команд, профессиональных сообществ, вовлеченный в создание и реализацию творческих проектов и событий, а не только через абстрактные нарративы о районе или производстве.

Четвертым условием, которое важно, по мнению творческой молодежи, *является* ***потенциал гибридных форматов, которые позволяют в единстве объединять образование, творческую деятельность и информацию о территории.*** Интервью демонстрируют высокий запрос на гибридные форматы, сочетающие:

- креативную деятельность;
- образовательные практики;
- локальный историко-производственный контекст.

Среди наиболее перспективных направлений участники называют такие форматы, как школы и лаборатории креативных индустрий (дизайн, SMM, цифровое искусство, экскурсионная деятельность); креативные экскурсии и промышленный туризм с авторской интерпретацией; коллаборации с современными художниками и дизайнерами; форматы клубной и регулярной активности (кинопоказы, дискуссии, подростково-молодежные клубы). Важно, что такие форматы рассматриваются не как «досуг», а как среда профессионального развития и личностного самоопределения, тесно связанные с территорией и самореализацией творческой личности. Приведем ряд высказываний информантов в качестве иллюстрации выделенной характеристики:

> *«Мне очень близка идея пространства, где соединяются креативные индустрии и образование – это может быть школа креативных индустрий, лекции, дискуссии, клубы, где молодежь изучает культурные практики» (юноша, Красноуфимск).*

> *«Экскурсии, туризм и работа с историей производства — это тоже часть креативного сектора, и здесь можно развивать промышленный туризм с творческой составляющей» (девушка, С.Пб).*

> *«Можно обучать здесь экскурсоводов и делать авторские экскурсии по промышленной истории района» (юноша, Владивосток).*

Результаты исследования доказывают, что КОЦ может выступать точкой сборки образовательных и креативных практик, где локальная идентичность формируется через освоение современных профессий и проектных ролей, связанных с конкретным местом.

В-пятых, творческая молодежь в оценке перспектив творческих решений КОЦ обозначила ***необходимость развития и проработки пространственных и инфраструктурных условий кластера как фактора устойчивого вовлечения.*** Представители креативной молодежи отмечают высокий потенциал пространства КОЦ, однако указывают и на ограничения, влияющие на формирование устойчивых практик участия:

- недостаточная внешняя навигация по кластеру;
- удалённость от привычных пешеходных маршрутов;
- незавершённость части пространств (ремонт, часть пустует или не готова к работе).

При этом подчёркивается, что визуальное качество, эстетика индустриального пространства и «ощущение движения и развития» напрямую влияют на готовность молодежи возвращаться и ассоциировать себя с этим местом. Приведем ряд высказываний информантов в качестве иллюстрации выделенной характеристики:

> *«Люди всё-таки идут на красивое и на то, что уже обустроено – визуальное качество пространства очень влияет на то, приходит ли аудитория» (девушка, Новосибирск).*
>
> *«Когда нам показали фотографии этого места весной, где были завалы мусора, а сейчас здесь комфортное пространство – стало понятно, какой огромный потенциал у этого кластера» (юноша, Москва).*
>
> *«Само пространство кластера может работать как среда, где можно и учиться, и заниматься творчеством, и узнавать историю своего района» (юноша, Челябинск).*

Итак, для долгосрочного эффекта формирования локальной идентичности важна синхронизация содержательных проектов с развитием визуальной и навигационной инфраструктуры кластера.

В целом групповые интервью показывают, что перспективы развития творческих решений КОЦ в логике формирования локальной идентичности напрямую связаны с переходом от модели «культурной площадки» к модели открытой проектной среды, где:

- локальная идентичность конструируется через действие;
- история территории становится предметом совместной интерпретации;
- молодежь выступает не аудиторией, а соавтором смыслов и форматов.

Именно в этом направлении участники экспедиции видят ключевой потенциал КОЦ как точки притяжения и формирования устойчивых сообществ, связанных с районом, его прошлым и будущим.

Далее мы осуществим аналитический разбор экспертных мнений в отношении развития творческих решений в проектах КОЦ, нацеленных на формирование локальной идентичности участников различных мероприятий». Экспертами в нашем исследовании выступили:

- Алексей Грабилин, художник (работы: мурал на хлебозаводе №6, Проект «Эта музыка будет вечной», Роспись в переходе на Плотинке в рамках фестиваля Stenographia; Роспись в Мартеновском цеху проекта «Лето на заводе» и др.).
- Александр Александрович Думчиков, младший научный сотрудник УрФУ, заведующий Научно-информационным отделом Музея истории Екатеринбурга, автор карманных путеводителей по микрорайонам «Химмаш» и «Заречный».
- Светлана Юрьевна Углова – директор семейного центра АНО ДО СЦ «Большая медведица», создатель детско-взрослого сообщества «Развиваем малые города Урала».
- Яков Михайлович Можаев, известный гастроном-эксперт, ресторанный критик, инженер-технолог пищевых производств, редактор и автор раздела «Еда» на портале 66.RU, автор и ведущий программы «Вкусный Екатеринбург» на Город ФМ (Екатеринбург).

Охарактеризуем экспертные мнения о перспективах развития творческих решений в проектах КОЦ, нацеленных на формирование локальной идентичности участников различных мероприятий в соответствии с 8 блоками полуструктурированного экспертного интервью, представленными далее.

1. Общее восприятие проекта и его стадии развития. Экспертные интервью демонстрируют **консолидированно положительное восприятие проекта** при одновременном признании его стартовой стадии. Проект характеризуется как пространство с высоким потенциалом, в котором уже на раннем этапе считываются ключевые основания будущего развития: масштаб вложенной работы, продуманность среды, открытость управленческой команды и ориентация на долгосрочные эффекты. Приведем ряд высказываний экспертов:

> *«Первое впечатление – большой размах проделанной работы. Уже видно, с какой любовью и заботой создано пространство и насколько оно разнопрофильное: музейная экспозиция, мастерские, большие пространства для мероприятий».*
>
> *«Проект только начинается, но уже чувствуется большой потенциал. Видно желание команды делать действительно хорошие и значимые вещи».*
>
> *«Сейчас трудно говорить о том, чего проекту не хватает – он находится на стадии старта. Многое станет понятно только после того, как накопится опыт его реализации».*

При этом эксперты последовательно воздерживаются от жёстких оценок дефицитов, подчёркивая, что **оценка недостатков и рисков возможна лишь после накопления опыта реализации**. Такая позиция указывает на восприятие проекта не как завершённой институции, а как **процесса становления**, что само по себе является важным ресурсом для гибкого развития.

2. Творческие практики как инструмент формирования локальной идентичности. Во всех интервью ключевыми называются практики соучастия, совместного действия и проектной работы, в том числе:

- творческие и исследовательские экспедиции,
- лабораторные и проектные форматы,
- фестивали,
- вовлечение студентов, художников, специалистов и жителей района.

Приведем ряд высказываний экспертов:

«Здесь очень большой потенциал для практик соучастия – когда люди не просто приходят на мероприятие, а чувствуют свою причастность к месту и к тому, что здесь происходит».

«Экспедиции, исследовательские лаборатории, фестивали, взаимодействие с жителями района – такие практики могут сделать жизнь территории более осознанной, культурной и разнообразной».

«Очень важно, чтобы человек чувствовал причастность к месту. Здесь как раз есть возможность создавать такие форматы».

Эксперты подчёркивают, что ценность этих практик заключается не столько в культурном продукте, сколько в **изменении способа взаимодействия человека с территорией**. Через участие формируется осознанное отношение к месту, его истории и будущему, а локальная идентичность возникает как **пережитый опыт**, а не как транслируемое знание.

3. Работа с ценностями созидательного труда и исторической памяти. Отдельное внимание в интервью уделяется **теме ценности труда**, которая рассматривается как одна из ключевых смысловых опор проекта. Эксперты отмечают, что:

- производственное наследие (в частности, хлебопекарное) обладает высокой символической и педагогической ёмкостью;
- тема хлеба позволяет говорить о труде как о понятной, «человеческой» и универсальной ценности, доступной для разных возрастных групп;
- сочетание действующего производства, музейной экспозиции и живого общения усиливает эффект восприятия исторической памяти.

Приведем ряд высказываний экспертов:

«Через этот проект очень хорошо раскрывается ценность труда. Мы видим реальное производство, можем посмотреть, как люди работают, и это делает тему труда живой и понятной».

> *«Производство хлеба – это одновременно и очень простая, и очень глубокая история. Через неё можно очень понятно говорить о ценности труда даже с детьми».*
> *«Проект работает с индустриальным наследием и историей места, создавая новые культурные смыслы на основе прошлого».*

Таким образом, проект КОЦ интерпретируется экспертами как **площадка актуализации исторической памяти через повседневные и телесно понятные формы**, а не через абстрактный патриотический дискурс.

4. Локальная идентичность как результат присвоения пространства. В интервью локальная идентичность трактуется не как заданный нарратив, а как **результат присвоения проекта его участниками**. Эксперты подчёркивают, что:

- идентичность формируется тогда, когда люди начинают воспринимать проект как «свой»;
- чувство гордости за место и участие в его развитии является ключевым индикатором успешной работы с идентичностью;
- проект имеет потенциал стать аккумулятором идентичности не только для Чкаловского района, но и для прилегающих территорий.

Приведем ряд высказываний экспертов:

> *«Любой проект начинает работать на локальную идентичность тогда, когда люди его присваивают. Когда они говорят: это наш проект, он находится в нашем районе».*

> *«Если человек чувствует, что он может здесь что-то делать и реализовывать свои идеи, тогда появляется настоящая связь с этим местом».*

> *«Подобные проекты способны стать точкой притяжения и в перспективе даже преобразовывать пространство вокруг себя».*

Важно, что локальная идентичность связывается не столько с прошлым, сколько с **совместным проектированием будущего**.

5. Потенциал устойчивых традиций и «места силы». Эксперты сходятся во мнении, что устойчивые традиции и культурные смыслы **не могут быть заданы искусственно**. Они возникают:

- через повторяемые формы деятельности,

- через практики, которые люди готовы воспроизводить,
- через события, вызывающие эмоциональный отклик и чувство сопричастности.

Приведем ряд высказываний экспертов:

> *«Традицией становится то дело, которое людям нравится и которое они готовы повторять».*
>
> *«Культурные смыслы сами по себе не существуют – они возникают внутри деятельности, когда люди что-то делают вместе».*
>
> *«Фестивали часто становятся такими точками – если событие получилось удачным, оно может повторяться и со временем стать частью культурного кода территории».*

Фестивали, соседские форматы, регулярные коллективные события рассматриваются как наиболее вероятные носители будущих традиций. «Место силы» при этом понимается не как символ, а как **пространство совместного дела**, самореализации и безопасного социального взаимодействия.

6. Экспертная оценка форматов развития пространства КОЦ. Эксперты высоко оценивают эффективность следующих форматов:

- музейное пространство нового типа (гибкое, неоднозначное, интерактивное);
- промышленные экскурсии как способ формирования личной связи с производством и трудом;
- культурно-образовательные программы;
- фестивали как формат объединения разных социальных групп.

Приведем ряд высказываний экспертов:

> *«Промышленные экскурсии – это невероятно важный формат. Когда человек видит производство своими глазами, он начинает по-другому относиться к этому месту».*
> *«Музейные пространства сегодня становятся очень разными и гибкими. Важно, чтобы они вызывали интерес и любопытство к дальнейшему изучению истории».*

«Фестиваль – это формат, который собирает вместе очень разных людей: молодежь, рабочих, инженеров, художников. Каждый находит там свою роль».

Отмечается, что сила проекта — **в комбинации форматов**, а не в доминировании одного из них.

***7. Барьеры и риски*.** Основные риски, зафиксированные в интервью:

- необходимость устойчивого финансирования;
- территориальная логистика и удалённость от повседневных маршрутов;
- социальный барьер первого шага — неготовность людей выходить из приватного пространства в коллективные культурные практики.

Приведем ряд высказываний экспертов:

«Самая большая сложность – привлечь местных жителей. Люди за последние годы отвыкли выходить из дома и участвовать в коллективных культурных практиках».

«Проблема часто в первом шаге. Когда люди уже приходят и видят пространство, они начинают активно включаться».

«Даже небольшое расстояние от привычных маршрутов может играть роль — людей нужно специально притягивать к этой площадке».

При этом подчёркивается, что данные барьеры преодолимы при активной коммуникации, работе с локальными сообществами и постепенном вовлечении через малые форматы.

8. Экспертные рекомендации. Эксперты сходятся в следующих рекомендациях:

- сохранять темп развития и экспериментальный характер проекта;
- усиливать практики коллаборации и партнёрства;
- активно вовлекать внешних акторов и «просить о помощи»;
- делать ставку на событийную среду и совместные форматы;
- работать на накопление доверия и повторного участия.

Приведем ряд высказываний экспертов:

«Важно продолжать активно звать людей в проект. Когда собираются разные люди с разными компетенциями, появляются новые форматы и неожиданные идеи».

«Таким площадкам всегда нужны партнёры. Чем больше разных людей участвует, тем интереснее получается культурная среда».

«Главное — не останавливаться, пробовать новые форматы и продолжать развивать проект».

В целом экспертные интервью показывают, что перспективы развития творческих решений в проектах КОЦ напрямую связаны с **углублением практик соучастия, проектной логикой и акцентом на ценность труда и живой истории места**. Формирование локальной идентичности рассматривается экспертами как процесс, возникающий в результате совместной деятельности, эмоционального присвоения пространства и устойчивых форм коллективного действия.

2. Как мероприятия проекта вовлекают творческую молодежь и представителей креативного класса в культурную деятельность КОЦ, в креативные практики и проекты, связанные с культурой созидательного труда и производства /профессиями креативных индустрий/)?

Подвопросы:

2.1. Как мероприятия проекта влияют на мотивацию творческой молодёжи к участию в разработке и реализации креативных проектов на площадке КОЦ?

2.2. Как формируется потребность у представителей креативный профессий и резидентов креативного кластера в партнёрском взаимодействии с КОЦ?

Методы сбора данных: опрос творческой молодежи, вовлеченной в организацию и помощь в проведении мероприятий проекта (волонтеров,

гидов и т.д.), групповое интервью с участниками творческой экспедиции, экспертные интервью с представителями креативного класса, формализованный опрос экспертов – представителей креативного класса, анализ медиаконтента организации и мероприятий.

Источник данных: творческая молодежь, в том числе волонтеры мероприятий проекта; эксперты, представляющие креативный класс.

РОСТ МОТИВАЦИИ ТВОРЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К УЧАСТИЮ В КРЕАТИВНЫХ ПРОЕКТАХ, ПОСВЯЩЁННЫХ ИСТОРИИ РАЙОНА, КУЛЬТУРЕ СОЗИДАТЕЛЬНОГО ТРУДА И ПРОИЗВОДСТВА

Одной из значимых целевых аудиторий проектов культурно-образовательного центра является творческая молодежь — участники креативных экспедиций, образовательных программ, фестивалей, а также волонтерских и проектных инициатив. Анализ результатов опроса показывает, что участие в проектах Центра выступает для данной аудитории не только формой культурного досуга, но и важным механизмом профессиональной и творческой социализации.

Удовлетворенность творческой молодежи в отношении своей самореализацией в креативных проектах, мероприятиях КОЦ, связанных с историей района, культурой созидательного труда и производства

В целом участие в проектах Центра оценивается молодежной аудиторией позитивно (см. табл. 17).

Таблица 17 – Респонденты об удовлетворенности своим участием в мероприятиях Центра

Насколько вы удовлетворены своим участием в мероприятиях нашего проекта?	%
Полностью удовлетворён(а)	50
Скорее удовлетворён(а)	38
Нейтрально	11
Скорее не удовлетворён(а)	1
Полностью не удовлетворён(а)	0
Итого	100

Подавляющее большинство участников удовлетворены своим опытом участия, что свидетельствует о высокой оценке организационного и содержательного уровня мероприятий). Высокая степень удовлетворенности отражается и в намерениях продолжать

взаимодействие с КОЦ. Значительная часть респондентов планирует или допускает возможность дальнейшего участия в проектах, что указывает на формирование потенциального устойчивого сообщества участников вокруг площадки КОЦ (см. табл. 18).

Таблица 18 – Респонденты о планах продолжать сотрудничество с Центром

Планируете ли Вы продолжать сотрудничество с нами (участие в мероприятиях, партнёрствах, волонтёрстве)?	%
Да	36
Возможно	61
Нет	3
Итого	100

Таким образом, результаты исследования позволяют рассматривать проекты КОЦ как важный механизм формирования молодежных креативных сообществ, объединённых интересом к современным творческим практикам и культурному наследию территории.

Оценка творческой молодежью своего опыта участия и форматов вовлечения

Результаты исследования показывают, что представители творческой молодежи имеют достаточно разнообразный опыт участия в мероприятиях Центра (см. табл.19).

Таблица 19 – Представители творческой молодежи о форматах мероприятий, в которых участвовали

В каких форматах мероприятий Вы участвовали?	%
выставка / фестиваль	67
волонтёрство	65
мастер-класс	35
воркшоп / хакатон / проектная лаборатория	30
креативный интенсив (экспедиция)	21

Наиболее распространёнными форматами вовлечения являются событийные формы культурной активности – выставки и фестивали, а также волонтёрская деятельность. При этом значительная часть участников имеет опыт участия в образовательных и проектных форматах – мастер-классах, воркшопах, хакатонах и проектных лабораториях. Подобная структура участия свидетельствует о том, что КОЦ выступает не только площадкой для культурных событий, но и пространством

экспериментальных форм коллективного творчества и проектной деятельности, где участники могут пробовать различные роли – от слушателей и зрителей до организаторов и авторов творческих инициатив. Дополнительным подтверждением этого является распределение ответов на вопрос о возможности проявить себя в качестве автора творческой идеи, дизайнера, организатора или участника команды (см. табл.20).

Таблица 20 – Респонденты о возможности проявить себя в качестве автора творческой идеи, дизайнера, организатора или участника команды

Была ли у Вас возможность проявить себя в качестве автора творческой идеи, дизайнера, организатора или участника команды?	%
Да, активно участвовал(а)	42
Частично, помогал(а) в реализации	34
Нет, скорее был(а) зрителем	24
Итого	100

Значительная часть респондентов отмечает, что им удалось активно включиться в процесс разработки и реализации творческих инициатив. Таким образом, проекты КОЦ формируют практику соучастия в культурном производстве, что является важным условием устойчивой вовлеченности молодежной аудитории.

Самооценка своей творческой самореализации связана с тем, как респонденты обозначают приоритетность для себя творческих направлений (см. табл. 21).

Таблица 21 – Респонденты о темах или направлениях, которые им ближе всего

Какие темы или направления Вам ближе всего?	%
Визуальное искусство / медиа	72
Промышленный дизайн, ремёсла	41
Городские инициативы / благоустройство	37
История района, локальное наследие	27

Анализ ответов творческой молодежи показывает, что наиболее востребованными среди участников являются направления, связанные с визуальными и медийными формами творчества. Существенный интерес также вызывают практики промышленного дизайна и ремёсел, а также проекты, связанные с городскими инициативами и благоустройством. В то же время значимым является интерес части аудитории к темам локальной

истории и культурного наследия. Несмотря на то, что доля таких ответов ниже по сравнению с художественными и дизайнерскими направлениями, данный интерес играет важную роль в контексте задач проекта. Он демонстрирует наличие у части творческой молодежи запроса на **осмысление культурной и индустриальной идентичности территории**, который может быть реализован через современные креативные форматы. Таким образом, потенциал развития проектов Центра связан с интеграцией двух содержательных линий – **креативных индустрий и локальной культурной памяти**, включая темы истории района, индустриального наследия и культуры созидательного труда.

Структура мотивации участия в мероприятиях КОЦ свидетельствует о том, что ключевую роль для творческой молодежи играют факторы профессионального и социального взаимодействия. (см. табл.22).

Таблица 22 – Респонденты о мотивах участия в мероприятиях Центра

Что побудило Вас принять участие в мероприятиях центра?	%
Возможность сотрудничать с другими творческими людьми	58
Профессиональное развитие / портфолио	51
Хотелось попробовать что-то новое	44
Желание реализовать свои идеи	24
Интерес к истории и месту	20

Наиболее значимым мотивом участия является возможность сотрудничества с другими творческими людьми. Существенную роль также играет стремление к профессиональному развитию и пополнению портфолио, а также интерес к новым форматам творческой деятельности. В меньшей степени участие в проектах изначально мотивировано интересом к истории места или желанием реализовать собственные идеи. Однако результаты качественного анализа интервью показывают, что именно участие в креативных проектах может становиться механизмом **постепенного включения молодежи в осмысление локального культурного контекста**. В этом смысле культурно-образовательные проекты Центра выполняют функцию посредника между современными креативными практиками и темами локальной истории и индустриального наследия.

Отдельного внимания заслуживает влияние участия в проектах Центра на ***формирование у молодежи интереса к самостоятельной проектной деятельности***. Полученные данные показывают, что значительная часть участников рассматривает подобные инициативы как

возможную площадку для реализации собственных творческих идей (см. табл. 23).

Таблица 23 – Респонденты о желании развивать собственные проекты

После участия в мероприятиях Центра у Вас появилось желание развивать собственные проекты?	%
Да, уже есть идеи	27
Есть интерес, но не знаю с чего начать	41
Пока нет	32
Итого	100

Только часть респондентов уже имеет сформированные проектные идеи, тогда как значительная доля участников испытывает интерес к подобной деятельности, но не обладает достаточными знаниями и опытом для её реализации. Это указывает на наличие **существенного нереализованного потенциала проектной активности**, который может быть раскрыт через развитие образовательных и менторских программ, а также через создание условий для командной работы и проектного сопровождения.

Представления творческой молодежи о факторах вовлечения в креативную деятельность (качественные данные)

Восприятие КОЦ как пространства для творческой самореализации в целом является позитивным: большинство участников отмечает, что в той или иной степени чувствует возможность реализовать себя на его площадке (см. табл.24).

Таблица 24 – Респонденты о возможности творчески реализовать себя на площадке КОЦ

Насколько Вы чувствуете, что можете реализовать себя творчески на площадке центра?	%
Полностью	20
В целом да	42
Средне	28
Немного	9
Совсем нет	1
Итого	100

При этом ключевыми факторами включения в совместные проекты являются атмосфера сотрудничества, интересные темы мероприятий,

наличие пространства и оборудования, а также поддержка со стороны организаторов и экспертов (см. табл.25).

Таблица 25 – Респонденты о том, что помогает включаться в совместные творческие проекты

Что помогает Вам включаться в совместные творческие проекты?	%
Атмосфера сотрудничества	76
Интересные темы	72
Наличие оборудования / пространства	53
Поддержка организаторов	49
Взаимодействие с экспертами / менторами	41

В то же время исследование выявляет ряд факторов, ограничивающих более активное участие молодежи в креативных инициативах (см. табл.26).

Таблица 26 – Респонденты о том, что мешает активнее участвовать в проектах

Что мешает активнее участвовать в проектах?	%
Нехватка времени	71
Мало информации о возможностях	35
Нет уверенности в своих силах	29
Нет подходящих форматов	13

Наиболее значимым барьером является нехватка времени, что характерно для аудитории студентов и молодых специалистов. Кроме того, существенную роль играют недостаточная информированность о возможностях участия и неуверенность части участников в собственных творческих компетенциях. Данные результаты указывают на необходимость усиления **информационной коммуникации проектов, а также развития форматов поддержки начинающих участников**, позволяющих им постепенно переходить от позиции зрителя к позиции активного участника или автора проектов.

Далее перейдем к анализу качественных данных опроса творческой молодежи. Их достаточный объем дает возможность охарактеризовать смысловые контексты доминантных элементов в структуре отношения творческой молодежи к участию в креативных проектах, посвящённых истории района, культуре созидательного труда и производства. Так, дополнительное понимание механизмов вовлечения молодежи в креативные проекты позволил получить анализ ответов на открытый

вопрос: *«Наш проект посвящен созидательному труду как творческой активности. Напишите в трех словах, что важно для вовлечения в креативную деятельность таких как Вы»*. Содержательный анализ ответов показывает, что представления респондентов о факторах вовлечения в креативную деятельность формируются вокруг пяти устойчивых смысловых блоков.

1. Социальная среда и креативное сообщество. Чаще всего респонденты подчеркивают значение человеческого окружения и атмосферы сотрудничества. В ответах регулярно упоминаются такие категории, как *«команда», «единомышленники», «люди», «друзья», «сообщество», «дружеская атмосфера», «теплая команда», «возможность познакомиться с новыми людьми»*. Для части участников именно наличие активного креативного сообщества становится ключевым условием включения в деятельность. Это подтверждает важность не только содержательной, но и социальной составляющей проектов, формирующей пространство горизонтальных взаимодействий и профессиональных контактов.

2. Интересное содержание и актуальная тема. Второй значимый блок факторов связан с содержательной привлекательностью мероприятий. В ответах часто фигурируют формулировки *«интересная тема», «актуальность», «интересные концепции», «интерактив», «интересные эксперты», «интересные лекторы»*. Это указывает на важность тематической новизны и интеллектуальной насыщенности проектов. Для творческой молодежи вовлечение во многом определяется возможностью работать с актуальными культурными и городскими темами, включая вопросы развития городской среды, креативных индустрий и локальной истории.

3. Возможности самореализации и воплощения идей. Существенная часть ответов связана с возможностью проявления собственной инициативы и творческого потенциала. Респонденты отмечают значимость таких факторов, как *«воплощение своих идей», «реализация творческого потенциала», «возможность предложить свои проекты», «свобода самовыражения», «портфолио», «карьера и рост»*. Это показывает, что участие в креативных проектах воспринимается не только как культурная активность, но и как ресурс профессионального развития, связанный с формированием опыта, компетенций и репутационного капитала.

4. Организационные условия и инфраструктура участия. Отдельная группа ответов указывает на значимость организационных и институциональных условий участия. Респонденты отмечают важность *«понятного формата», «хорошей организации», «четко выстроенных процессов», «оперативности», «уважения к времени участников», «грамотного куратора»*. Также упоминаются факторы материальной и инфраструктурной поддержки: *«оборудование», «пространство», «достойные условия»*. Это свидетельствует о том, что устойчивое участие молодежи в креативных проектах требует понятной и профессионально организованной среды, обеспечивающей комфортные условия совместной работы.

5. Поддержка и признание результатов деятельности как созидательного труда. Респонденты также подчеркивают важность институциональной и эмоциональной поддержки: *«поддержка идей», «доверие со стороны руководства», «благодарность», «вера»*. Отдельные ответы указывают на значимость ощутимого результата творческой деятельности, включая возможность видеть реализованные проекты и практические эффекты своей работы.

Таким образом, результаты анализа открытого вопроса позволяют выделить несколько ключевых условий, способствующих вовлечению творческой молодежи в креативные проекты:

- Формирование активного творческого сообщества, обеспечивающего взаимодействие и обмен идеями между участниками.
- Содержательная привлекательность проектов, основанная на актуальных темах и интерактивных форматах работы.
- Возможность самореализации и профессионального развития, включая создание собственных проектов и формирование портфолио.
- Профессиональная организация и инфраструктура участия, создающая комфортные условия для совместной деятельности.
- Поддержка инициатив и признание результатов, усиливающие мотивацию к дальнейшему участию в проектах.

Полученные результаты дополняют данные количественного анализа и подтверждают, что вовлечение творческой молодежи в проекты КОЦ определяется не только интересом к тематике мероприятий, но и наличием социально поддерживающей, профессионально

организованной и открытой для инициатив среды совместного творчества.

Восприятие выставочного пространства как фактора вовлечения творческой молодежи

Дополнительную информацию о восприятии культурно-творческой среды КОЦ позволил получить анализ ответов на открытый вопрос: *«Что в выставочном пространстве Вас больше всего вдохновило, заинтересовало и понравилось?»*. Ответы респондентов демонстрируют высокую степень эмоциональной вовлеченности и позволяют выделить пять важных для творческой молодежи ключевых аспектов привлекательности пространства.

1. Атмосфера пространства и эстетика среды. Значительная часть респондентов отмечает общее впечатление от пространства как важный фактор эмоционального отклика. В ответах часто встречаются формулировки *«атмосфера», «обстановка», «яркое оформление», «креативное пространство», «солнечное и просторное помещение», «интерьер и айдентика пространства»*. Отдельные участники подчеркивают сочетание индустриальной архитектуры и современного художественного оформления (например, *«лофт и здание цеха», «арт-коридоры», «эклектика различных направлений»*). Это свидетельствует о том, что визуальная и пространственная организация площадки воспринимается как важный элемент формирования креативной идентичности места.

2. Интерактивность и возможность физического взаимодействия с экспозицией. Вторым значимым фактором интереса является интерактивный характер экспозиции. Респонденты отмечают *«интерактив в музее», «интерактивную часть выставки», «возможность самому почитать и послушать воспоминания», «возможность потрогать что-то физически», «трогательные экспонаты»*. Особый отклик вызвали отдельные элементы экспозиции — например, телефонный аппарат с аудиозаписями воспоминаний работников хлебозавода, а также тактильные и игровые объекты. Это указывает на значимость форматов участия и погружения, позволяющих посетителям выступать не только наблюдателями, но и активными участниками музейного опыта.

3. Связь художественных практик с индустриальным наследием территории. Отдельную группу ответов составляют упоминания историко-производственного контекста пространства. Респонденты отмечают интерес к *«истории хлебозавода», «истории хлеба», «воспоминаниям работников», «экспозиции на территории действующего завода»*. Также обращается внимание на необычность сочетания культурной площадки с действующим производством (*«то, как производство интегрировано в творческую составляющую»*). Это свидетельствует о том, что для части молодежной аудитории особую ценность представляет интерпретация индустриального наследия через современные художественные форматы.

4. Многофункциональность пространства и разнообразие форматов активности. Некоторые респонденты обращают внимание на структурное разнообразие площадки: *«наличие разных комнат», «залы разной площади», «подкастерская», «мастер-классы», «инсталляции», «перформанс»*. Это демонстрирует восприятие пространства как многофункциональной творческой среды, позволяющей реализовывать различные виды активности — от выставочных и образовательных форматов до медийных и перформативных практик.

5. Социальная атмосфера и человеческий фактор. Часть ответов связана не столько с экспозицией, сколько с общим социальным опытом пребывания на площадке. Респонденты отмечают *«дружелюбную атмосферу», «хороший коллектив», «общение», «слаженную работу команды», «работу с новыми людьми»*. Это подтверждает, что для молодежи важную роль играет не только содержание выставки, но и коммуникативная среда, формируемая вокруг проекта.

При этом отдельные ответы указывают и на наличие нейтральных или менее выраженных впечатлений (*«всё хорошо, но ничего не зацепило», «непонятно, чем вы тут занимаетесь»*), что свидетельствует о необходимости дальнейшего развития навигации и смысловой презентации проекта для новых посетителей.

Анализ ответов позволяет выделить несколько факторов, формирующих позитивное восприятие выставочного пространства творческой молодежью:

- Выразительная визуальная среда и атмосфера креативного пространства, усиливающая эмоциональное вовлечение посетителей.
- Интерактивные элементы экспозиции, обеспечивающие участие и физическое взаимодействие с объектами.
- Связь художественных практик с индустриальным наследием территории, позволяющая переосмысливать историю района через современные культурные формы.
- Многофункциональность пространства, создающая возможности для различных форм творческой активности и сотрудничества.
- Социальная и коммуникативная атмосфера проекта, способствующая формированию устойчивого молодежного сообщества вокруг площадки.

Полученные результаты подтверждают, что культурное пространство центра воспринимается молодежью не только как выставочная площадка, но и как среда коллективного творчества, общения и культурного опыта, что усиливает потенциал проекта в формировании локальной культурной идентичности и вовлечении молодых участников в креативные практики. Продолжая анализ качественных данных, рассмотрим ответы представителей творческой молодежи на открытый вопрос: «Что, на ваш взгляд, делает наш Центр интересным местом для творческой молодёжи?» Контент-анализ ответов показывает, что восприятие Центра строится вокруг четырех ключевых характеристик.

1. Возможности самореализации и творческой деятельности. Чаще всего респонденты связывают привлекательность Центра с возможностью реализовать собственные идеи и проекты. Центр воспринимается как площадка, где молодые люди могут выступать не только зрителями, но и авторами и инициаторами творческих инициатив. Приведем типичные формулировки:

> *«возможность реализовать свои идеи и фантазии», «возможность реализовать свой проект», «возможность творить», «возможности созидания», «пространство для разгула идей», «много возможностей для развития творческих идей».*

Это подтверждает ранее выявленный фактор самореализации, который является одним из ключевых драйверов вовлечения молодежи в культурные проекты.

2. Креативная социальная среда и атмосфера. Вторая важная группа ответов касается атмосферы пространства и людей, формирующих сообщество Центра. Респонденты отмечают важность открытости, поддержки и присутствия единомышленников. Представим типичные формулировки:

> *«вайб», «приятные вайбы», «атмосфера творчества и поддержки», «заряженные люди», «креативные организаторы», «добрые люди», «множество людей, увлеченных одним делом».*

Таким образом, Центр воспринимается не только как площадка мероприятий, но и как социальная среда для взаимодействия творческих людей.

3. Содержательная и культурная уникальность пространства. Значимым фактором привлекательности выступает связь проекта с историей места и культурным наследием территории. Респонденты отмечают ценность сочетания современного искусства и индустриального прошлого. Приведем для иллюстрации типичные формулировки:

> *«историческая концепция и связь», «культурное наследие», «предыстория места», «в дизайне чувствуется история», «сочетание формы и содержания проектов», «внедрение арт-объектов в архитектуру конструктивизма».*

Это подтверждает важность локальной идентичности и индустриального наследия как содержательного основания креативных проектов КОЦ.

4. Пространственная и инфраструктурная привлекательность. Отдельную группу ответов составляют характеристики физического пространства и инфраструктуры. Участники отмечают современный дизайн, многофункциональность площадки и наличие оборудования. Выделим типичные формулировки:

> *«яркое пространство», «современный креативный дизайн», «многофункциональность», «наличие оборудования», «интерактивность», «коворкинги», «площадка для разных форматов мероприятий».*

Таким образом, пространство воспринимается как современная инфраструктура для творчества, поддерживающая разнообразные форматы активности. Полученные в рамках этого вопроса данные

показывают, что КОЦ воспринимается творческой молодежью как комплексная креативная среда, объединяющая пространство, сообщество и возможности для самореализации. При этом особую роль играет сочетание современных форм искусства и индустриально-исторического контекста территории, что формирует уникальную идентичность пространства и усиливает его привлекательность для молодежи. Вовлеченность участников поддерживается не только программой мероприятий, но и атмосферой сотрудничества, открытости и экспериментирования, что позволяет рассматривать Центр как потенциальный узел формирования молодежных творческих сообществ и инициатив.

Сделаем аналитические выводы по количественным данным опроса творческой молодежи.

1. Центр выступает пространством перехода молодежи от культурного потребления к культурному со-созданию. Значительная часть участников имеет опыт активного участия в реализации творческих проектов, что свидетельствует о формировании практик коллективного культурного производства и совместной проектной деятельности.

2. Основным драйвером участия выступают профессиональная и творческая социализация. Для большинства участников участие в проектах связано с возможностью взаимодействия с другими творческими людьми, профессионального развития и освоения новых форм творческой деятельности.

3. Участие в креативных проектах формирует интерес к локальной истории и индустриальному наследию. Тематика истории района и культуры созидательного труда не является первоначальным мотивом участия, однако через креативные форматы она становится значимым элементом осмысления культурной идентичности территории.

4. Существует значительный потенциал развития молодежных креативных проектов. Большая часть участников демонстрирует интерес к разработке собственных инициатив, однако нуждается в институциональной и образовательной поддержке – проектных лабораториях, менторстве и сопровождении команд.

Обобщим полученные данные, представив интегральную аналитическую модель факторов вовлечения творческой молодежи, построенную на основе анализа ответов на три открытых вопроса:

- о том, что важно для вовлечения в креативную деятельность,
- о том, какие элементы выставочного пространства вдохновляют и заинтересовывают участников,
- о том, что делает наш Центр интересным местом для творческой молодёжи.

Сопоставление ответов показывает, что восприятие пространства и мотивация участия формируют ***единый комплекс условий вовлечения***, который можно описать через четыре ключевых фактора (см. табл.27).

Таблица 27 – Факторы вовлечения творческой молодежи в креативную деятельность

Фактор вовлечения	**Содержательная интерпретация**	**Типичные формулировки респондентов**
1. Социальная среда и сообщество	Включение в креативную деятельность связано прежде всего с присутствием сообщества единомышленников, атмосферой сотрудничества и поддержкой со стороны команды проекта. Для молодежи важна возможность коммуникации, совместной работы и формирования профессиональных и дружеских связей.	«сообщество единомышленников», «команда», «новые знакомства», «дружеская атмосфера», «креативные люди вокруг», «общение», «работа с новыми людьми»
2. Содержательная и смысловая привлекательность проектов	Существенным условием вовлечения является наличие интересных тем, идей и концепций, а также возможность работать с актуальными культурными и	«интересная тема», «актуальность», «идея», «история хлебозавода», «воспоминания работников», «индустриальная

	городскими проблемами. Особую роль играет связь творческих проектов с историей места и культурным контекстом территории.	история», «творческие концепции»
3. Возможности самореализации и профессионального развития	Молодежь рассматривает участие в креативных проектах как возможность реализовать собственные идеи, получить опыт, расширить портфолио и профессиональные контакты. Значимыми оказываются условия, позволяющие выступать не только участниками, но и авторами инициатив.	«реализация идей», «расширить портфолио», «набраться опыта», «профессиональное сотрудничество», «карьера», «рост», «воплощение своих идей»
4. Пространственная и организационная инфраструктура творчества	Важным фактором вовлечения выступает материальная и организационная среда: доступное пространство, оборудование, интерактивная экспозиция и понятная организация мероприятий. Восприятие пространства как комфортной и креативной среды усиливает мотивацию к участию.	«комфортное пространство», «оборудование», «интерактивная выставка», «возможность потрогать», «3D-модели», «подкастерская», «понятный формат», «хорошая организация»

Полученные результаты показывают, что вовлечение творческой молодежи в культурные проекты определяется не одним фактором, а сочетанием социальной, содержательной и инфраструктурной среды. Наиболее значимым условием участия выступает наличие креативного сообщества и атмосферы сотрудничества, которое усиливается интересными тематическими проектами и возможностями для личной самореализации.

При этом материальная и пространственная среда, включая интерактивную экспозицию, оборудование и разнообразие площадок, выполняет роль инфраструктурной основы, поддерживающей творческую активность. Таким образом, культурное пространство центра воспринимается молодежью как комплексная среда творческого участия, объединяющая сообщество, идеи, возможности самореализации и материальные условия для реализации проектов.

Далее перейдем к анализу представлений молодежи о возможных перспективах развития КОЦ на основе анализ открытого вопроса «Каких форматов, возможностей или условий Вам бы хотелось видеть больше в Центре?» Контент-анализ ответов показывает, что ожидания творческой молодежи сосредоточены вокруг четырех направлений развития проекта.

1. Расширение разнообразия событийных форматов. Чаще респонденты отмечают потребность в более широком спектре мероприятий и творческих форматов, ориентированных на разные интересы молодежи. Приведем типичные ответы:

> *«больше и больше классных мероприятий разных направлений», «выставки, вечера, настолки, музыка», «квесты, настолки, мафия», «творческие конкурсы, выставки», «масштабные инсталляции», «кинопоказы». Также упоминаются форматы, предполагающие активное участие аудитории: мастер-классы, интерактивные программы, мероприятия «своими руками».*

Таким образом, молодежь ожидает регулярной и разнообразной событийной программы, сочетающей культурные, образовательные и досуговые форматы.

2. Усиление социальной среды и совместной деятельности. Значительная часть ответов связана с ожиданием большего взаимодействия между участниками проекта и развитием сообщества. Приведем типичные формулировки:

«больше командной сплоченности», «взаимодействие с другими волонтерами», «совместные проекты», «развитие команды».

Это указывает на важность социального измерения участия: для творческой молодежи значимо не только содержание мероприятий, но и возможность совместной деятельности и формирования профессиональных и дружеских связей.

3. Поддержка творческих инициатив и профессионального роста. Часть респондентов отмечает необходимость инструментов, поддерживающих развитие собственных проектов и профессиональных компетенций. Приведем типовые пожелания:

«приглашение менторов и экспертов», «возможность записи подкастов», «развитие сотрудничества с резиденциями и другими площадками», «финансовая поддержка проектов, возможности для бизнес- и проектной деятельности».

Это указывает на ожидание, что Центр будет выступать не только как площадка событий, но и как экосистема поддержки творческих инициатив.

4. Улучшение коммуникации и информирования. Отдельная группа ответов касается необходимости более активного информирования о деятельности КОЦ. Приведем типичные ответы:

«больше осведомленности о мероприятиях», «полезные рассылки», «контакты организаторов».

Это свидетельствует о том, что даже заинтересованные участники не всегда имеют достаточную информацию о возможностях участия.

Анализ ответов показывает, что ожидания молодежной аудитории направлены не столько на принципиально новые форматы, сколько на **расширение и систематизацию существующих практик**. Участники воспринимают Центр как перспективную площадку для творчества и сотрудничества, однако ожидают более **регулярной событийной программы, возможностей для совместной деятельности и прозрачной коммуникации о проектах**. Это подтверждает, что ключевым условием устойчивого вовлечения является формирование **постоянного творческого сообщества**, объединенного вокруг совместных проектов и культурных инициатив.

Полученные ответы показывают, что творческая молодежь воспринимает Центр как **открытую платформу для эксперимента и совместного творчества**, однако ожидает усиления трех направлений: **регулярной событийной программы, механизмов поддержки собственных инициатив и более активной коммуникации с аудиторией**. Реализация этих ожиданий может способствовать формированию устойчивого молодежного сообщества вокруг Центра и укреплению его роли как пространства развития креативных индустрий.

В целом вовлечение творческой молодежи в деятельность Центра определяется **комплексом взаимосвязанных факторов**, среди которых ключевую роль играют:

- наличие **сообщества единомышленников**,
- возможность **самореализации и участия в создании проектов**,
- **содержательная привлекательность культурных программ**,
- а также **комфортная и технологичная среда для творчества,**

При этом важным условием устойчивого участия является **организационная поддержка со стороны кураторов и наличие эффективных каналов коммуникации**, позволяющих молодым людям узнавать о возможностях участия и включаться в проекты. Таким образом, КОЦ воспринимается молодежью не только как площадка мероприятий, но и как **экосистема креативной деятельности**, объединяющая пространство, сообщество и возможности для реализации творческих инициатив.

АПРОБИРОВАННЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ, ВОВЛЕКАЮЩИЕ В КРЕАТИВНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И СОЗИДАТЕЛЬНЫЙ ТРУД

После участия в различных мероприятиях КОЦ творческая молодежь в процессе своей креативной активности воспроизводила «творческие продукты» – результаты созидательного труда, которые продолжают работать на формирование локальной идентичности в пространстве кластера.

После творческой экспедиции целая серия креативных разработок творческой молодежи вошла в музейную экспозицию и продолжает «работать» в экскурсионных форматах, реализуемых в КОЦ. В общей сложности 18 представителей творческой молодежи разработали 13 творческих продуктов, которые отражают ценность созидательного труда, базируются на истории хлебозавода при этом творчески реализованы с

ориентацией на будущее, так как в их изготовлении использованы современные цифровые технологии и креативные решения. В число творческих продуктов вошли авторский зин с описанием истории экспедиции, цифровые «оживленные» открытки о хлебе 1978 года, 3D-макет бывшего хлебозавода №6, комикс, фирменные открытки, журнал по истории хлебозавода №6 и другие. Фото этих творческих продуктов в приложении. Описание продуктов для музейного пространства можно посмотреть по ссылке: https://vk.ru/@bureau5-ekspediciya-molodezhnoe-buro-5-etazh

После посещения экскурсий в музейном пространстве творческая молодежь из числа студентов Екатеринбургской академии современного искусства пригласила сокурсников, многие приняли участие в подготовке и проведении мероприятий фестиваля творчества и современных технологий «Город ТехноТворчества», в рамках которого была организована креативная выставка «Техногенная колыбель», включающая в себя 15 объектов цифрового искусства. В создании работ для выставки участвовали 19 молодых художников, 34 волонтера – техника (студенты, помогающие художникам создавать цифровые объекты для выставки). Событие сопровождали и 12 наставников – студентов творческих специальностей, но обучающихся на старших курсах. 20 волонтеров – медиаторов провели 40 экскурсий для более 1000 посетителей выставки цифрового искусства в КОЦ. Во время мероприятий «ТехноНочи» из числа творческой молодежи волонтерами работали 21 медиа волонтеров из команды Школы волонтеров и Союза юнкоров, 28 волонтеров – организаторов активностей «ТехноНочи», 16 представителей партнерских организаций.

В группе фестиваля есть публикации о выставке цифрового искусства «Техногенная колыбель», где можно познакомиться с творческими продуктами творческой молодежи: https://vk.ru/tehnogorod_ekb?w=wall-64010891_1256 https://vk.ru/tehnogorod_ekb?w=wall-64010891_1259 и здесь https://vk.ru/tehnogorod_ekb?w=wall-64010891_1264

Видеоролики и рилсы о работах https://vk.ru/tehnogorod_ekb?w=wall-64010891_1265 и https://vk.ru/tehnogorod_ekb?z=clip-64010891_456239089

ИДЕНТИФИКАЦИЯ ЭКСПЕРТАМИ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СОТРУДНИЧЕСТВА С МОЛОДЁЖЬЮ, РЕЗИДЕНТАМИ КЛАСТЕРА НА ПЛОЩАДКЕ КОЦ И ИХ ГОТОВНОСТЬ К РЕАЛИЗАЦИИ СВОИХ ТВОРЧЕСКИХ ИНИЦИАТИВ В ПАРТНЕРСТВЕ

Восприятие КОЦ как пространства реализации культурных проектов и мероприятий, формирующих традиции, культурные смыслы и эстетические практики.

Аналитика этого раздела базируется на материалах экспертной дискуссии представителей творческих индустрий и городских сообществ в креативно-производственном кластере «Хлебозавод №6». Она была приурочена к открытию музейного пространства КОЦ и посвящена следующим вопросам:

- Кто и как способен формировать культурную программу территории/локации? А если это территория, прошедшая через реновацию и редевелопмент, кто может быть субъектами такого программирования?

- Кластеры обычно воспринимаются как места для молодёжи и разной активности небольших групп по интересам. Как стать точкой притяжения для разных групп местных жителей и как вообще эти группы разглядеть/придумать?

- Носители локальной идентичности уехали с территории, новые жители воспринимают её как фон для жизни. Какие способы работы в этих условиях адекватны для культурной институции?

- В чём измерять результативность работы креативного кластера и творческого пространства?

Участники дискуссии: Александр Савичев, экскурсовод, исследователь, учитель, создатель народно-культурного выставочного проекта «Сысертский завод-музей»; Светлана Углова, создатель детско-взрослого сообщества «Развиваем малые города Урала», УКНО; Илья Полянских, генеральный директор архитектурного бюро «Плотинка»; Мельникова Александра, руководитель сообщества «Фонд городских инициатив», кластер «Центр города»; Олег Назаров, директор Центра кластерного развития СОФПП.

Анализ экспертной дискуссии и экспертных интервью показывает, что участники профессионального и городского культурного сообщества рассматривают КОЦ не только как площадку для проведения отдельных мероприятий, но и как формирующуюся **институцию культурного посредничества**, соединяющую различные уровни городской

культурной жизни: локальную историю территории, современные творческие практики и будущие сценарии развития городской среды.

Эксперты подчеркивают, что важной особенностью КОЦ является его расположение в пространстве действующего индустриального предприятия и в исторически сложившейся промышленной зоне города. Такое сочетание формирует уникальную культурную рамку, в которой производственная культура и индустриальное наследие становятся ресурсом для современных креативных практик. В ходе обсуждения неоднократно отмечалось, что наличие действующего производства и исторического индустриального контекста создаёт особый символический потенциал пространства:

- производство становится материальным свидетельством культуры труда,
- индустриальная архитектура формирует аутентичную атмосферу пространства,
- история предприятия позволяет формировать нарратив преемственности поколений.

При этом эксперты подчеркивают, что для современного культурного пространства важна не только репрезентация прошлого, но и включение различных временных перспектив – прошлого, настоящего и будущего. В дискуссии неоднократно звучала мысль о необходимости соединения исторического наследия территории с современными культурными практиками и проектированием будущего. Так, один из участников обсуждения отметил, что пространство может выступать своеобразной «машиной времени», позволяющей посетителю одновременно переживать опыт индустриального прошлого и знакомиться с современными формами креативного производства. Приведем выдержку, отражающую данную точку зрения:

> *«Сейчас многие креативные пространства создаются в пустующих зданиях. А здесь есть реальное производство. Это совершенно другая реальность – возможность увидеть, как создаётся продукт, как люди работают. Такая «машина времени» позволяет показать современное производство и культуру труда».*

В этой логике КОЦ воспринимается экспертами как **пространство культурной интерпретации индустриального наследия**, где история территории становится не объектом музейной фиксации, а ресурсом для

современных художественных и образовательных практик. Отдельное внимание в экспертной дискуссии уделялось роли пространства в формировании локальной идентичности района. По мнению участников обсуждения, КОЦ способен выполнять функцию культурной точки сборки территории, объединяя различные социальные группы – жителей района, представителей креативных индустрий, студентов, предпринимателей и городские культурные сообщества. Приведем мнение эксперта:

> *«У любого такого места должна появиться ценность для людей, которые живут вокруг. Если жители почувствуют, что это пространство важно для них, тогда оно начинает жить».*

Эксперты отмечают, что подобные пространства часто выполняют функцию элементов городских территорий, соединяющих разные микрорайоны и социальные среды города. В этом смысле КОЦ может выступать медиатором между различными локальными сообществами и формировать новые формы взаимодействия между ними. Особое значение эксперты придают возможности включения жителей территории в культурные процессы. Представим высказывание эксперта:

> *«Важно, чтобы жители не воспринимали это место как чужое. Когда они понимают, что пространство создаётся и для них, и вместе с ними, тогда начинается настоящее взаимодействие».*

В обсуждении подчеркивалось, что развитие пространства во многом зависит от того, насколько оно сможет стать площадкой для самоорганизации локальных сообществ и инициатив. Проиллюстрируем это экспертное мнение:

> *«Когда появляется пространство, куда можно прийти со своей инициативой, начинают проявляться люди, о которых раньше никто не знал: краеведы, предприниматели, творческие команды. Пространство становится точкой проявления города.»*

При этом важным условием формирования устойчивой культурной среды является постепенное насыщение пространства локальными смыслами и артефактами, связанными с историей района и жизнью его жителей. Эксперты отмечают, что включение таких элементов позволяет сделать пространство более «живым» и значимым для местного сообщества.

Анализ экспертной дискуссии показывает, что формирование культурного пространства КОЦ происходит в контексте территории с выраженной индустриальной историей и специфической социальной структурой района. В этом контексте ключевым ресурсом развития культурного центра становится формирование и осмысление **ценностного ядра локальной идентичности территории** – набора смыслов, образов и практик, которые могут объединять жителей, культурные сообщества и посетителей пространства. Экспертные обсуждения позволяют выделить несколько взаимосвязанных смысловых элементов, формирующих такое ценностное ядро.

1. Индустриальное наследие и культура труда. Одним из центральных элементов идентичности территории является её связь с производственной историей и действующими индустриальными практиками. В отличие от многих креативных пространств, возникающих в реконструированных или пустующих индустриальных зданиях, КОЦ функционирует в непосредственной близости от действующего производства. Это создает уникальный культурный контекст, в котором индустриальная культура воспринимается не только как историческое наследие, но и как часть современной городской жизни. Производственная среда становится источником символических смыслов, связанных с ценностями труда, профессионального мастерства и технологического развития.

2. Память места и локальные истории. Важным компонентом локальной идентичности выступают коллективные воспоминания и повседневные истории жителей района. Эксперты отмечают, что такие территории часто обладают значительным, но недостаточно артикулированным культурным потенциалом, связанным с историей предприятий, жилых кварталов и локальных сообществ. Включение этих историй в культурную программу пространства – через выставочные проекты, исследовательские инициативы, арт-практики и образовательные форматы – может способствовать формированию более устойчивой связи между культурным центром и локальной средой.

3. Пространство самоорганизации и городских инициатив. В ходе экспертной дискуссии неоднократно подчеркивалось, что важным элементом идентичности подобных культурных пространств становится возможность самоорганизации городских сообществ. Наличие площадки, открытой для инициатив и экспериментов, способствует

проявлению новых акторов городской культурной жизни — творческих коллективов, исследовательских групп, предпринимательских инициатив и общественных проектов. В этом контексте КОЦ может выступать как **пространство проявления городской активности**, где формируются новые формы культурного участия и совместной деятельности.

***4. Связь прошлого, настоящего и будущего территории*.** Еще одним важным элементом ценностного ядра является возможность интерпретации территории через разные временные перспективы. Эксперты отмечают, что успешные культурные пространства способны одновременно работать с историей места, отражать актуальные культурные практики и формировать представления о будущем территории.

Такой подход позволяет рассматривать пространство не только как площадку культурных событий, но и как **платформу коллективного осмысления городского развития**. Таким образом, формирующееся ценностное ядро локальной идентичности территории можно описать как сочетание четырех взаимосвязанных смысловых компонентов:

- индустриальная культура и ценность труда,
- память места и локальные истории района,
- городская самоорганизация и инициативные сообщества,
- интерпретация территории через связь прошлого, настоящего и будущего.

Именно на пересечении этих смысловых компонентов формируется культурный потенциал территории, который, по мнению экспертного сообщества, может стать основой для долгосрочного развития КОЦ как значимого элемента городской культурной инфраструктуры.

Готовность представителей креативного класса к партнёрству и включённости в культурные инициативы КОЦ.

Участие представителей креативного класса в различных мероприятиях проекта уже привело не только к идеям партнерства, но и уже на реализованным совместным творческим инициативам. Организаторы на протяжении реализации анализируемых этапов проекта фиксировали новые партнерские связи, планы совместной активности, реализованные партнерские мероприятия. Количество реальных партнерских предложений о будущих проектах со стороны представителей креативного класса после их участия в мероприятиях проекта более 10.

1. Совместно с преподавателями и студентами (творческой молодежью) Екатеринбургской академии современного искусства реализована выставка цифрового искусства «Техногенная колыбель» в рамках ТехноНочи на Фестивале творчества и современных технологий «Город ТехноТворчества», записано 4 выпуска подкаста по современным цифровым технологиям в искусстве, разработано 15 творческих цифровых продуктов. Готовится выставка цифрового искусства для акции Ночь музеев 2026. Молодежное бюро стало партнером фестиваля «Игра. Цифра. Искусство», предоставив оборудование и направив волонтеров для участия.

2. Партнерство с архитектурным бюро «Плотинка» и мастерской «Плавка» позволило создать уникальные объекты для музейной экспозиции и спланировать ряд лекций и мастер-классов для молодежи Екатеринбурга и участников студенческих экспедиций.

3. Сотрудничество с художником Алексеем Грабилиным привело к созданию уникальных муралов с историй Чкаловского района и хлебозавода в пространстве культурно-образовательного центра. В планах исследование визуальной составляющей Чкаловского района и разработка подарочной брошюры/книги о районе, создание линейки сувенирной продукции для молодежного бюро.

4. Команда видеостудии MEDIAZAVOD Production подключилась к съёмке и монтажу роликов о молодежном бюро, запланировано создание креативного медиа продукта – первой серии мультфильма о приключениях Вторчика в креативном кластере и Чкаловском районе Екатеринбурга.

5. Со стрит-арт художником Ромой ИНК и арт-студией «На Горе» (резиденты кластера) проведен перфоманс на ТехноНочи в рамках фестиваля. Ко Дню Космонавтики создан большой арт-объект на крыше здания «МЫ ВСЕ ЭКИПАЖ ОДНОГО КОРАБЛЯ». Запланировано проведение презентации арт-объекта для СМИ и блогеров.

6. С компаниями – резидентами креативного кластера: АНО «Хлебозавод №6», ООО «ФудФейс», GREEN FERMA, мастерской «Пряники и сладости», типографией «Для вас» подготовлены и организованы ряд совместных мероприятий, фестиваль добрососедства #Щедрый вторник, ТехноНочь, выставки и мастер-классы, комплексная экскурсия по креативным производствам кластера, запланировано совместное участие в акции

Ночи музеев, фестивале Хлеборезка, дне открытых цехов, акции для местных жителей.

7. С творческой командой молодых педагогов и специалистов в сфере культуры и образования «Розетка» на площадке молодежного бюро в ноябре 2025 года проведен форум «Розетка Кэмп 2025», в котором приняли участие более 50 молодых специалистов со всей страны.

8. Выстроено продуктивное взаимодействие с коллегами из Центра «Благосфера» (г. Москва) – представители команды молодежного бюро приняли участие с выступлением в конференции «Фабрика пространств» и форуме про подростков «Не дети», фестивале «Иди на звук». Подкаст «Мама, я инженер» вошел в ТОП годового чарта подкастов НКО, заняв 2 место. Команда Благосферы записала о молодежном бюро выпуск подкаста «Третье место». С Центром Благосфера и АНО «Культура благотворительности» запланировано совместное мероприятие на август 2026 года на площадке КОЦ «Молодежное бюро «5 этаж».

9. С представителями команд из сферы креативных индустрий – учреждений культуры города, компании по разработке настольных игр, ремесленников, представителей направления моды, авторских театров и студий, студентов художественного колледжа имени Шадра, медиа центра УрГПУ, архитектурной академии в креативном кластере Домна (СОФПП) организован и проведен совместный форум «Код креативных индустрий» для школьников и студенческой молодежи (март 2026).

10. Представители туристических компаний и центра развития туризма Свердловской области стали партнерами в проведении экскурсий для молодежи по креативному кластеру и музейному пространству, в проведении активности «Креативный тест-драйв в креативно-производственном кластере». Проведено более 30 экскурсий для школьников, студентов и гостей КОЦ.

11. С командой кластера «Центр города» и «Хлебозавод №6» организовано мероприятие для представителей креативного бизнеса и предприятий в рамках международного фестиваля креативных индустрий (август 2025). С представителями творческих сообществ и креативных кластеров региона «Центр города», «Л52», «Самородок», «У Макаровского», «Домна», «ЕКБ Гуляем», архитектурное бюро «Плотинка» проведена дискуссия – обсуждение роли кластеров и творческих сообществ на площадке КОЦ при открытии музейного пространства (ноябрь 2025).

Анализ экспертной дискуссии показывает высокий уровень заинтересованности представителей культурных, образовательных и предпринимательских сообществ в развитии партнёрских форм взаимодействия с КОЦ. В обсуждении принимали участие представители креативных кластеров, культурных организаций, городских инициатив, образовательных учреждений, предпринимательского сообщества и органов регионального управления. Такое разнообразие участников свидетельствует о том, что КОЦ уже воспринимается профессиональным сообществом как потенциальная платформа межсекторного сотрудничества. Эксперты отмечают, что устойчивость подобных культурных пространств во многом определяется способностью формировать вокруг себя сеть партнерств и инициатив. При этом в качестве ключевых механизмов развития партнёрства участники обсуждения называют:

- совместную разработку культурных программ,
- проведение межорганизационных событий,
- обмен экспертными и образовательными ресурсами,
- развитие резидентских форматов участия.

Особое внимание в обсуждении уделялось экспериментальному характеру культурных пространств. По мнению участников дискуссии, одним из важных показателей успешности подобных площадок является не только экономическая устойчивость, но и способность стимулировать новые культурные инициативы. Приведем экспертное мнение:

> *«Для меня показатель успешности пространства – это количество экспериментов. Когда появляются новые инициативы, новые события, когда люди приходят с идеями, о которых раньше никто не думал».*

Некоторые эксперты отмечали, что эффективность культурного пространства можно оценивать по количеству возникающих вокруг него инициатив и проектов, а также по активности сообществ, вовлечённых в его деятельность. Представим экспертное мнение:

> *«Чем больше инициатив возникает вокруг пространства, тем живее оно становится. Люди начинают сами предлагать проекты, события, форматы и именно это создаёт настоящую культурную среду».*

В этой связи участники дискуссии подчеркивают, что важной функцией КОЦ может стать **поддержка экспериментальных форм культурной активности**, включая:

- новые художественные форматы,
- междисциплинарные проекты,
- инициативы творческих сообществ,
- гибридные творческо-образовательные и исследовательские программы.

При этом эксперты указывают, что развитие подобных инициатив требует гибкой организационной модели, допускающей экспериментирование с различными форматами мероприятий и партнерств.

Отдельным направлением развития КОЦ эксперты называют работу с городскими сообществами и локальными жителями. По мнению участников обсуждения, культурное пространство может выступать посредником в диалоге между различными социальными группами, а также способствовать формированию новых форм городского участия. Другими словами пространство КОЦ в перспективе может выступать как медиаплатформа и культурном сообщество. Представим высказывание эксперта:

«Это не просто территория или площадка. Это ещё и медиа-пространство, за которым хочется следить, где появляются новые люди, проекты, идеи».

Таким образом, экспертное сообщество рассматривает КОЦ как потенциальную платформу для формирования культурных партнерств и развития локальных культурных инициатив, способную объединять различные профессиональные и социальные группы вокруг проектов, связанных с культурой труда, историей территории и современными креативными практиками.

В целом, анализ экспертных мнений показывает, что КОЦ воспринимается участниками культурного и профессионального сообщества как формирующаяся культурная институция, обладающая потенциалом развития в нескольких взаимосвязанных направлениях:

- культурная интерпретация индустриального наследия территории;
- формирование локальной идентичности через культурные проекты;
- развитие сетевого партнёрства между культурными, образовательными и предпринимательскими сообществами;

- создание пространства экспериментальных культурных практик.

В совокупности эти направления формируют основу для развития КОЦ как культурного пространства, способного объединять различные городские сообщества и стимулировать появление новых культурных инициатив.

Рассмотрим еще один ракурс экспертных мнений, представленных в виде результатов формализованного опроса экспертов – представителей креативного класса (см. Приложение 5). Он позволил оценить восприятие концепции культурно-образовательного центра (КОЦ) и его ключевых форматов со стороны представителей профессионального сообщества, обозначив их готовность к партнёрству и включённости в культурные инициативы КОЦ. Всего в исследовании приняли участие 23 эксперта, представляющих сферу культуры, образования, креативных индустрий и общественных инициатив.

Результаты демонстрируют высокий уровень согласия экспертов с предложенными утверждениями: по большинству позиций средние значения находятся в диапазоне 4,48–4,87 балла по пятибалльной шкале (по шкале от 1 min до 5 max), при этом медианные значения по всем утверждениям равны 5, а модальные значения также равны 5.

Такая статистическая конфигурация свидетельствует о консолидированном экспертном мнении, выражающем высокую степень поддержки проекта, его концептуальной модели и предполагаемых направлений развития.

Наиболее высокие оценки получили утверждения, связанные с развитием локальной идентичности (4,87), музейной составляющей (4,74) и представленностью культурных и творческих практик (4,70). Несколько более сдержанные оценки относятся к вопросам личной готовности к партнёрскому участию (4,26–4,36), что характерно для экспертных опросов и отражает более осторожную позицию респондентов в отношении собственных будущих обязательств.

Для обобщённой оценки результатов экспертного опроса был рассчитан **интегральный индекс экспертной поддержки проекта культурно-образовательного центра (КОЦ)**. Индекс отражает совокупную степень согласия экспертов с ключевыми утверждениями о концепции проекта, его культурном потенциале, значимости для территории и перспективах развития партнёрского взаимодействия.

Расчёт индекса основан на агрегировании средних значений по всем утверждениям анкеты, оцениваемым по пятибалльной шкале согласия. В опросе анализировались **14 содержательных индикаторов**, характеризующих различные аспекты восприятия проекта: культурную ценность, потенциал формирования локальной идентичности, перспективы развития творческих инициатив и готовность к сотрудничеству.

Интегральный индекс рассчитывается как среднее арифметическое значений всех показателей (см. рис. 5).

$$I_{\text{поддержки}} = \frac{\sum_{i=1}^{n} X_i}{n}$$

где:

X_i — средний балл по каждому утверждению анкеты;

n — общее количество утверждений (в данном исследовании n = 14).

На основе представленных данных интегральный индекс составляет:

$$I_{\text{поддержки}} = \frac{4.70 + 4.65 + 4.87 + 4.48 + 4.52 + 4.61 + 4.65 + 4.74 + 4.61 + 4.48 + 4.68 + 4.61 + 4.36 + 4.26}{14} \approx 4.59$$

Рис. 5 – Формула расчёта интегрального индекса

Полученное значение 4,59 из 5 возможных свидетельствует о очень высоком уровне экспертной поддержки проекта. Значение индекса находится в зоне консолидированного положительного экспертного консенсуса, что подтверждается также статистическими характеристиками распределения оценок: медиана и мода по большинству утверждений равны максимальному значению шкалы (5 баллов).

Интегральный индекс демонстрирует, что эксперты:

- высоко оценивают культурный и общественный потенциал КОЦ;
- признают значимость проекта для развития локальной идентичности территории;
- рассматривают центр как перспективную площадку для реализации творческих инициатив и культурных проектов.

В совокупности результаты опроса позволяют интерпретировать КОЦ как социально и культурно востребованную институциональную модель, обладающую значительным потенциалом развития и поддержкой со стороны профессионального сообщества.

Оценка возможностей сотрудничества с креативной молодёжью.

Результаты опроса демонстрируют высокий уровень признания экспертами потенциала КОЦ как пространства взаимодействия с молодежью и творческими сообществами. Эксперты высоко оценивают институциональную инфраструктуру проекта:

- Молодёжное бюро – средний балл 4,61;
- КОЦ как площадка для креативных проектов – 4,65;
- соответствие центра потребностям творческой молодежи – 4,48.

Эти оценки показывают, что предложенная модель центра воспринимается экспертным сообществом как перспективная институциональная платформа для развития творческих инициатив.

Особое значение имеет показатель личной заинтересованности экспертов во взаимодействии с центром (4,36) и готовности реализовывать собственные проекты в партнерстве (4,26). Несмотря на то, что эти показатели несколько ниже других, они всё равно находятся в зоне высокой положительной оценки. Это свидетельствует о нескольких важных тенденциях:

- ***Признание экспертным сообществом потенциала центра как площадки сотрудничества***. Эксперты видят в КОЦ институциональную среду, способную объединять представителей различных сфер – культуры, образования, медиа, технологий и общественных инициатив.
- ***Формирование предпосылок для сетевого взаимодействия***. КОЦ рассматривается не только как площадка проведения мероприятий, но и как пространство партнерских проектов и межинституциональных коллабораций.
- ***Потенциал формирования сообщества резидентов.*** Полученные результаты показывают, что вокруг проекта может постепенно формироваться сообщество экспертов и практиков, заинтересованных в реализации собственных культурных и образовательных инициатив.

Таким образом, результаты опроса позволяют выделить наличие благоприятных условий для формирования партнерской экосистемы культурно-образовательного центра.

РЕКОМЕНДАЦИИ, ТРУДНОСТИ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОЦЕНКИ

В качестве рекомендаций представим несколько управленческих ракурсов, связанных с перспективами дальнейшего развития КОЦ. Наиболее обобщающей указанные перспективы является матрица стратегического развития культурно-образовательного центра (КОЦ), построенная на основе результатов экспертных опросов и общих аналитических выводов исследования. Матрица отражает связь между выявленными потенциалами проекта, необходимыми управленческими действиями и ожидаемыми социально-культурными эффектами в перспективе 3–5 лет. (см. табл. 28).

Таблица 28 – Матрица стратегического развития КОЦ
(потенциалы - управленческие действия - ожидаемые эффекты)

Стратегический потенциал проекта	**Управленческие действия**	**Ожидаемые социально-культурные эффекты**
Формирование локальной культурной идентичности территории	Развитие программ, посвящённых истории района, индустриальному наследию и культуре созидательного труда; создание музейных и выставочных проектов; вовлечение жителей в исследовательские и культурные инициативы	Укрепление локальной идентичности жителей; формирование культурной памяти территории; повышение символической значимости пространства КОЦ для района
Развитие КОЦ как центра культурных и творческих практик	Формирование долгосрочной культурной программы (выставки, фестивали, лаборатории, образовательные форматы); создание регулярных событийных циклов	Формирование устойчивой культурной среды района; рост культурной активности жителей; появление новых эстетических и культурных практик

Поддержка творческих инициатив и креативных сообществ	Создание программ резиденций и проектных лабораторий; проведение открытых конкурсов инициатив; развитие Молодёжного бюро как пространства проектной работы	Формирование сообщества резидентов КОЦ; рост числа культурных и образовательных проектов; развитие креативных индустрий и молодежных инициатив
Вовлечение жителей района в культурную и образовательную деятельность	Развитие экскурсионных программ, семейных форматов, образовательных мероприятий и мастер-классов; создание клубных и общественных форматов участия	Расширение аудитории центра; повышение культурной вовлеченности жителей; формирование устойчивых практик культурного участия
Формирование отдельных элементов модели культурного кластера, тиражируемой на другие территории	Систематизация и аналитическое сопровождение реализованных проектов; развитие партнёрских сетей с культурными институциями, университетами и общественными организациями; участие в профессиональных форумах и конференциях	Расширение институциональных партнерств; повышение узнаваемости проекта; формирование репутации КОЦ как инновационной модели культурного развития территории

Представленная матрица демонстрирует, что культурно-образовательный центр обладает потенциалом развития в нескольких взаимосвязанных направлениях: формирование локальной идентичности, развитие культурных практик, поддержка креативных инициатив и вовлечение жителей в культурную жизнь территории.

Реализация обозначенных управленческих действий позволит сформировать **устойчивую культурную экосистему**, в которой КОЦ будет выступать не только как площадка для проведения мероприятий, но и как **центр культурного производства, общественного взаимодействия и творческого развития района**.

В долгосрочной перспективе это может привести к формированию **устойчивой модели культурного кластера**, интегрирующего культурные, образовательные и общественные инициативы и оказывающего заметное влияние на развитие городской культурной среды.

На основе результатов проведенного исследования представим ряд аналитических положений, которые связывают выявленные сильные стороны проекта с потенциальными рисками и управленческими рекомендациями.

Связь сильных сторон проекта с рисками и управленческими рекомендациями. В ходе исследования (прежде всего экспертных опросов) был выявлен комплекс сильных сторон проекта культурно-образовательного центра (КОЦ). Вместе с тем успешная реализация этих потенциалов требует учета возможных организационных и институциональных рисков. Аналитическое сопоставление сильных сторон проекта с потенциальными рисками позволяет сформулировать управленческие рекомендации, направленные на устойчивое развитие центра.

1. Формирование локальной идентичности территории.
Сильная сторона. Эксперты высоко оценивают потенциал проекта в формировании локальной идентичности района. КОЦ рассматривается как пространство, способное объединять жителей вокруг ценностей созидательного труда, исторической памяти и культурного наследия территории.
Потенциальный риск. При отсутствии системной работы с локальными сообществами существует риск того, что тема локальной идентичности будет реализована преимущественно в символическом или событийном формате, не приводя к устойчивому вовлечению жителей района.
Управленческая рекомендация. Необходимо развивать программы, ориентированные на **долгосрочное взаимодействие с жителями района**:

- создание клубных и общественных форматов участия;
- развитие программ локальной истории и культурной памяти;

- вовлечение жителей в соавторство культурных проектов и выставочных программ.

2. Развитая культурная и творческая составляющая проекта.

Сильная сторона. Высокая оценка представленности культурных и творческих практик свидетельствует о том, что эксперты воспринимают КОЦ как пространство активного культурного производства.

Потенциальный риск. При преобладании событийной модели культурной деятельности существует риск фрагментации культурной программы и отсутствия долгосрочной содержательной линии развития.

Управленческая рекомендация. Целесообразно сформировать **долгосрочную программную стратегию центра**, включающую:

- ежегодные тематические культурные циклы;
- устойчивые образовательные и творческие программы;
- междисциплинарные проекты, объединяющие искусство, технологии и культурное наследие.

3. Инфраструктура поддержки креативных инициатив.

Сильная сторона. Эксперты высоко оценивают институциональные элементы проекта, ориентированные на поддержку творческих инициатив (молодёжное бюро, площадка для проектов, фестивальные форматы).

Потенциальный риск. Без четко выстроенных механизмов отбора и поддержки инициатив существует риск того, что потенциал центра как платформы для творческих проектов будет реализован не полностью.

Управленческая рекомендация. Рекомендуется развивать **систему поддержки резидентов и партнерских проектов**, включающую:

- открытые конкурсы культурных и образовательных инициатив;
- программы резиденций для молодых авторов и креативных команд;
- наставнические и экспертные форматы сопровождения проектов.

4. Потенциал формирования устойчивых культурных практик.

Сильная сторона. Эксперты отмечают способность проекта формировать устойчивые культурные традиции.

Потенциальный риск. Если культурная деятельность центра будет ориентирована преимущественно на отдельные события, существует риск недостаточной институционализации культурных практик.

Управленческая рекомендация. Важно формировать **регулярные культурные форматы**, способствующие закреплению традиций:

- ежегодные фестивали и культурные события;
- образовательные и просветительские программы;
- постоянные клубные и творческие сообщества.

5. Потенциал масштабирования культурной модели.

Сильная сторона. Эксперты считают, что проект обладает потенциалом стать моделью для других территорий.

Потенциальный риск. При отсутствии системной документации и рефлексии опыта проект может не реализовать свой потенциал как модель культурного кластера.

Управленческая рекомендация. Для усиления этого потенциала рекомендуется:

- формировать аналитические отчёты и кейсы реализации проектов;
- развивать партнёрства с культурными институциями и образовательными организациями;
- представлять опыт центра на профессиональных форумах и конференциях.

Таким образом, выявленные сильные стороны проекта культурно-образовательного центра создают основу для формирования устойчивой культурной институции, способной объединять творческие инициативы, поддерживать развитие локальной идентичности и вовлекать жителей района в культурную деятельность.

Реализация предложенных управленческих решений позволит снизить институциональные риски и обеспечить долгосрочное развитие КОЦ как **центра культурного притяжения и пространства формирования новых культурных практик территории**.

Еще одна существенная рекомендация связана с проблемой вовлечения молодежи в креативные индустрии. Здесь мы представим интегральная модель **«Экосистема вовлечения молодежи в креативные индустрии»**, построенную на основе анализа всех открытых вопросов участников мероприятий, творческой молодежи и количественных данных исследования. Модель описывает пять взаимосвязанных уровней формирования вовлеченности, отражающих переход от базовых условий участия к устойчивому развитию молодежных креативных инициатив (см. табл. 29).

Таблица 29 – Экосистема вовлечения молодежи в креативные индустрии *(5 направлений)*

Направление	**Содержание уровня**	**Социологическая интерпретация**	**Практики реализации в КОЦ**
Пространственная среда (инфраструктура)	Креативное пространство, оборудование, интерактивная экспозиция, зоны для	Физическая среда выступает базовым условием вовлечения: визуальная	выставочные пространства, мастерские, медиастудии, подкастерские, коворкинги

	различных форматов деятельности	привлекательность пространства и возможность экспериментировать с форматами творчества формируют первичный интерес молодежи к площадке	
Событийная активность (культурная программа)	Фестивали, выставки, мастер-классы, лекции, перформансы, интерактивные мероприятия	Регулярная культурная программа выступает механизмом первоначального включения аудитории, формируя культурный интерес и знакомство с деятельностью центра	образовательные программы, креативные экспедиции, фестивали, творческие лаборатории
Сообщество и социальные связи	Команды участников, волонтерские сообщества, профессиональные контакты	Вовлеченность усиливается через формирование устойчивых горизонтальных связей между участниками. Сообщество становится ключевым ресурсом обмена опытом и	молодежные клубы, команды проектов, networking-встречи, совместные инициативы

		совместного творчества	
Самореализация и проектная деятельность	Реализация собственных идей, участие в разработке проектов, создание портфолио	На данном уровне участники переходят от роли посетителей к роли авторов и со-создателей культурных проектов, что усиливает их долгосрочную вовлеченность	проектные лаборатории, конкурсы инициатив, менторские программы
Креативная среда профессионального развития	Развитие карьеры в креативных индустриях, сотрудничество с экспертами и институциями	Центр становится частью более широкой экосистемы креативных индустрий, поддерживая профессиональное развитие молодежи и формирование устойчивых творческих инициатив	партнерские проекты, резиденции, экспертные программы, поддержка стартапов

Представленная модель показывает, что вовлечение молодежи в креативные индустрии развивается **по принципу постепенного усложнения участия**. Первичный интерес формируется благодаря привлекательной пространственной среде и разнообразной культурной программе.

На следующем этапе ключевую роль начинает играть социальная среда, взаимодействие с единомышленниками и формирование творческого сообщества. Дальнейшая вовлеченность связана с возможностью самореализации через участие в разработке и реализации собственных

проектов. В итоге центр может выступать элементом более широкой экосистемы креативных индустрий, обеспечивая участникам возможности профессионального развития и интеграции в культурную и творческую экономику.

Таким образом, эффективное развитие проектов КОЦ предполагает **баланс между инфраструктурой, культурной программой, сообществом и механизмами поддержки молодежных инициатив**, формируя устойчивую среду для развития творческой активности и креативных индустрий. Ниже представлена **типология уровней участия молодежи в креативных проектах**, основанная на результатах исследования (см. табл.30).

Таблица 30 – Типология уровней участия молодежи в креативных проектах *(4 стадии вовлечения)*

Стадия участия	**Характер участия**	**Социологическая интерпретация**	**Типичные форматы участия**
1. Посетитель (стадия первичного интереса)	Участие в мероприятиях в качестве зрителя или слушателя	На данном этапе взаимодействие носит эпизодический характер. Основным мотивом участия выступает интерес к культурным событиям, атмосфере пространства и новым впечатлениям	посещение выставок, фестивалей, лекций, экскурсий
2. Участник (стадия включения)	Активное участие в образовательных и интерактивных форматах	Участники начинают включаться в практики коллективного творчества и взаимодействия. Важным мотивом становится возможность общения с единомышленникам	мастер-классы, воркшопы, интерактивные программы, творческие лаборатории

		и и получения новых навыков	
3. Соавтор (стадия совместного творчества)	Участие в разработке и реализации проектов	Молодые люди переходят от роли участников к роли соорганизаторов и авторов идей. Основным мотивом становится возможность реализации собственных инициатив и формирования творческого портфолио	проектные команды, креативные экспедиции, коллективные художественные проекты
4. Инициатор (стадия проектного лидерства)	Самостоятельная разработка и запуск проектов	Участники выступают инициаторами культурных и творческих инициатив, формируя собственные проекты и привлекая других участников. На этой стадии центр становится платформой для развития молодежных лидеров и креативных команд	авторские проекты, кураторские инициативы, запуск новых творческих программ

Представленная типология демонстрирует, что вовлечение молодежи в креативные проекты развивается **по принципу постепенного углубления участия**. Первоначальный интерес формируется через посещение культурных событий и знакомство с пространством центра. Далее часть аудитории переходит к более активному участию в интерактивных и образовательных форматах. Следующим этапом становится участие в совместных проектах и коллективных творческих инициативах, где

молодежь выступает уже в роли соавторов культурного продукта. Наиболее высокий уровень вовлеченности характеризуется появлением собственных инициатив и проектов, инициированных участниками.

Таким образом, культурно-образовательный центр может рассматриваться как **институциональная среда, обеспечивающая переход молодежи от культурного потребления к культурному производству**. Поддержка такого перехода предполагает развитие механизмов, позволяющих участникам постепенно расширять степень своей вовлеченности — от посещения мероприятий к разработке и реализации собственных творческих проектов.

Следующий комплекс рекомендаций ориентирован на развитие этих механизмов. Анализ результатов исследования позволил выявить ряд **типовых барьеров развития устойчивых практик участия**, которые носят преимущественно организационный и коммуникационный характер (см. табл. 31).

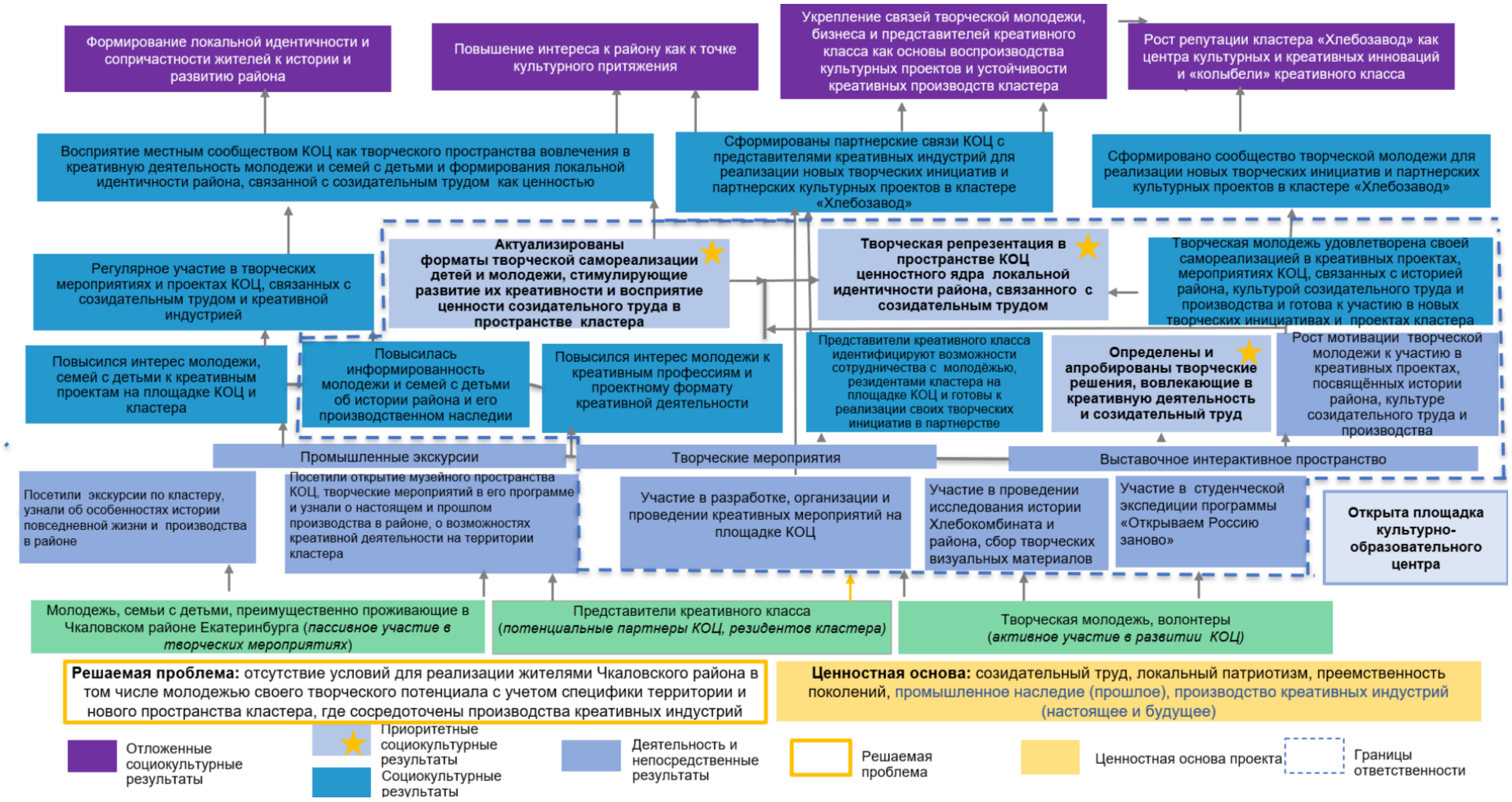
Таблица 31 – Барьеры развития устойчивых практик участия и возможности их преодоления

Барьер развития участия	**Точка управленческого вмешательства**	**Управленческие инструменты**
Разрыв между позитивным офлайн-опытом и цифровым продолжением участия	Фиксация участия посетителей в моменте посещения мероприятия	включение цифровых действий в сценарий мероприятия (QR-коды, интерактивные элементы); озвучивание цифровых каналов ведущими и экскурсоводами как продолжения культурного опыта; визуальные элементы в пространстве («Что дальше?» — анонсы и ссылки)
Отложенное вовлечение без механизмов доведения до действия	Переход от намерения к действию непосредственно	микро-стимулы за подписку или регистрацию (доступ к материалам, фото, дополнительный

	во время мероприятия	контент); мини-активации («подпишитесь — получите…»); участие волонтёров или медиаторов, помогающих подключиться к цифровым ресурсам
Слабая институционализация повторного участия	Формирование у аудитории ожидания следующего шага участия	анонс следующих мероприятий в конце текущего события; формирование серий мероприятий и тематических циклов; прямое проговаривание траектории участия («если вам понравилось — следующий шаг…»)
Риск потери части аудитории с нейтральным или негативным опытом	Сбор и анализ обратной связи после мероприятий	короткие формы обратной связи; персонализированная коммуникация после мероприятия; регулярный анализ комментариев для корректировки сценариев культурных программ
Недостаточная воспринимаемая ценность цифровых каналов КОЦ	Переопределение роли цифровых каналов как части культурного опыта	создание эксклюзивного цифрового контента; публикация историй и продолжений мероприятий; использование социальных сетей как пространства соучастия и коммуникации

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Дерево результатов проекта



Приложение 2 Логическая модель проекта

Благопо-лучатели	Деятельность	Непосредст-венный результат	Показатели	Социальные результаты				
				Краткосроч-ный результат	Показатели	Среднесроч-ный эффект	Показатели	Социальный эффект
Молодежь, подростки (пассивное участие в досуговых, творческих мероприятиях)	Посещение открытия музейного пространства КОЦ, творческих мероприятий в его программе	Повышение информированности о возможностях участия в креативных проектах на площадке КОЦ	Количество участников, посетивших музейное пространство и различные творческие мероприятия	Расширение доступа молодежи к разным практикам и культурным проектам	Количество посетителей и участников мероприятий, проявивших интерес к другим (будущим), связанным с культурой и историей их района, мероприятиям КОЦ	Повышение интереса молодежи к новым креативным видам деятельности, творческим проектам и мероприятиям КОЦ, связанным с культурой созидательного труда и производства в креативной экономике Расширение вовлеченности молодежи в различные	Количество подписчиков информационных ресурсов КОЦ, заинтересованных получать информацию о культурно-досуговых мероприятиях	Укрепление чувства принадлежности к развитию и творческому сохранению локальной идентичности нового городского района с богатой промышленной историей
	Посещение экскурсий по креативно-производственному кластеру	Повышение информированности молодежи об особенностях истории повседневной жизни и производства в районе, где работает креативно-	Количество участников, посетивших экскурсии по креативно-производственному кластеру	Повышение интереса молодежи к истории района, производству и креативным профессиям			Количество участвующих на постоянной основе в креативных проектах и мероприятиях КОЦ	

		производственный кластер и открывается КОЦ				досуговые культурно-образовательные практики, связанные с культурой созидательного труда и производства		
Семьи с детьми, преимущественно проживающие в Чкаловском районе Екатеринбурга	Посещение открытия музейного пространства КОЦ, творческих мероприятий в его программе	Повышение информированности о возможностях участия в креативных проектах и творческих мероприятиях на площадке КОЦ	Количество участников открытия музейного пространства и творческих мероприятий	Повышение интереса местного сообщества к культурным мероприятиям и проектам КОЦ, посвященным истории района, производству и креативным профессиям	Количество посетителей и участников мероприятий, порекомендовавших своим друзьям, знакомым, родным посетить выставку и другие мероприятия КОЦ	Расширение вовлеченности детей и их родителей в различные креативные практики, связанные с культурой созидательного труда и производства		Создание творческого пространства вовлечения в креативную деятельность молодежи и семей с детьми, места формирования локальной идентичности района, связанной с созидательным трудом как ценностью
	Посещение экскурсии по креативно-производственному кластеру	Повышение информированности об особенностях истории повседневной жизни и	Количество участников, посетивших экскурссии по производственному кластеру	Повышение интереса к истории района, производству и мероприятиям КОЦ,	Количество посетителей и участников мероприятий, проявивших интерес к другим (будущим),	Расширение вовлеченности местных жителей района в различные креативные		

		производства в районе, где открывается КОЦ		связанным с креативными профессиями	связанным с культурой и историей их района, мероприятиям КОЦ	практики, связанные с культурой созидательного труда и производства Повышение мотивации участия детей в мероприятиях КОЦ, связанных с различными креативными видами деятельности, культурой труда и производства в креативной экономике		
Креативная молодежь, волонтеры, (активное участие в развитии КОЦ)	Участие в программе студенческой экспедиции в рамках программы «Открываем Россию заново»	Получение опыта культурного проектирования, участие в разработке экспозиции и программ КОЦ, опыт креативных практик	Число разработанных творческих продуктов для сюжетов, историй и интерактивного наполнения музейного пространства и его	Удовлетворенность творческой самореализацией в рамках мероприятий КОЦ	Доля представителей творческой молодежи, удовлетворенных своей самореализацией в креативных проектах, мероприятиях КОЦ, связанных с историей района,	Мотивация к активному участию в разработке креативных проектов, творческих мероприятий на площадке КОЦ	Доля представителей творческой молодежи, готовых к участию в новых творческих инициативах и проектах кластера	Развитие культурно-образовательной площадки - музейного пространства, стимулирующего новые креативные и творческие проекты в сотрудничестве резидентов кластера, креативного класса и творческой молодежи

			творческих мероприятий		культурой созидательного труда и производства			
	Участие в разработке культурно-досуговых мероприятиях КОЦ	Расширение разнообразия и актуализация форматов креативных мероприятий для молодежи и горожан	Количество новых маршрутов с посещением разных производственных площадок кластера и музейного пространства	Расширение опыта участия творческой молодежи в партнерских креативных проектах, посвященных истории района, культуре созидательного труда и производства	Число и качественная характеристика идей или культурных решений, инициированных молодёжью на базе КОЦ для формирования социокультурного ядра локальной идентичности в связке с ценностью созидательного труда	Расширение креативности и инициативности творческой молодежи в проектах сотрудничества резидентов кластера, креативного класса и КОЦ	Число идей и проектов представителей творческой молодежи, реализованных на площадке КОЦ и кластера	
Эксперты-представители креативного класса (потенциальные партнеры резидентов кластера из числа)	Участие в событиях культурно-образовательного центра	Дизайнеры, культуроведы, историки-краеведы, художники получили представление о возможностях сотрудничества с креативной молодежью,	Доля экспертов, рассматривающих возможности сотрудничества с креативной молодёжью после участия в мероприятиях проекта	Актуализация представлений о КОЦ как культурном «месте силы» – пространстве реализации культурных проектов и мероприятий, формирующих традиции, культурные	Количество идей в отношении компонентов ценностного ядра локальной идентичности в выставочном пространстве	Готовность к партнерству , включенности в культурные проекты, творческие инициативы КОЦ	Количество реальных партнерских предложений о будущих проектах со стороны представителей креативного класса после их участия в мероприятиях проекта	

		резидентам кластера		смыслы, эстетические практики				

Приложение 3. Анкета для опроса участников мероприятий

Уважаемый гость!

Мы искренне рады, что Вы посетили наш культурно-образовательный центр. Нам очень важно узнать именно Ваше мнение, чтобы понять, как нам сделать наши мероприятия более интересными для таких людей как Вы.

Анкета анонимна и не требует оставлять Ваши персональные данные.

Пожалуйста, ответьте на несколько вопросов, потратив не более 2-3 минут.

Заранее благодарим Вас за участие и открытость!!!

Немного о вас

1. Возраст: ☐ до 18 ☐ 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–45 ☐ старше 45
2. Вы пришли: ☐ Сам(а) ☐ С друзьями ☐ С семьёй / детьми ☐ В организованной группе
3. Откуда узнали о мероприятии?

☐ Соцсети Центра
☐ От знакомых
☐ В учебном заведении
☐ Случайно / проходил(а) мимо
☐ Меня пригласили
☐ Другое: _____

4. Насколько вы были знакомы с историей района и его промышленным прошлым до участия в мероприятии?

☐ Хорошо знал(а)
☐ Немного слышал(а)
☐ Практически не знал(а)

5. После участия вы узнали что-то новое о жизни, людях и производственной культуре района?

☐ Да, многое
☐ Что-то новое узнал(а)
☐ Нет

6. Насколько вам стало интереснее узнавать об истории, профессиях и традициях созидательного труда после посещения нашего центра?

☐ Гораздо интереснее
☐ Немного интереснее
☐ Без изменений

7. Вы узнали о новых возможностях реализации своей творческой активности (мастер-классы, выставки, креативные программы) на площадке нашего Центра?

☐ Да ☐ Отчасти ☐ Нет

8. Согласны ли вы со следующими утверждениями? (1 — не согласен, 5 — полностью согласен)

Утверждение	1	2	3	4	5
8.1.Я почувствовал(а) связь между прошлым и настоящим района	☐	☐	☐	☐	☐
8.2. Мероприятие помогает понять ценность труда, творчества и созидания	☐	☐	☐	☐	☐

Утверждение	1	2	3	4	5
8.3. Пространство Центра, на мой взгляд, формирует чувство сопричастности к жизни нашего района	☐	☐	☐	☐	☐

9. Какие формы деятельности Вам были бы особенно интересны в нашем Центре?
☐ Мастер-классы
☐ Креативные лаборатории
☐ Экскурсии и выставки
☐ Образовательные программы
☐ Семейные активности
☐ Концерты, фестивали
☐ Другое: _____

10. После участия сегодня в мероприятии нашего Центра Вы лично захотели попробовать себя в каком-то виде творчества или креативной профессии?
☐ Да
☐ Отчасти
☐ Нет

11. Насколько вы довольны участием в мероприятии нашего Центра?
☐ Очень доволен(а)
☐ Скорее доволен(а)
☐ Скорее не доволен(а)
☐ Совсем не доволен(а)

12. Планируете ли вы прийти на следующие мероприятия к нам в Центр?
☐ Да
☐ Возможно
☐ Нет

13. Подписаны ли вы на ресурсы нашего Центра (соцсети, рассылки)?
☐ Да
☐ Планирую подписаться
☐ Нет

14. Что позволит Вам приходить к нам в Центр чаще?
☐ Получение информации по рассылке
☐ Календарь событий центра и кластера
☐ Регулярные творческие мероприятия в семейных форматах
☐ Большие фестивали с разными видами творческой активности
☐ Тематические творческие мероприятия
☐ Мероприятия, где мы можем самореализоваться, проявить свое «творческое Я»
☐ Мероприятия, где нас чему-то научат, вдохновят, заинтересуют, удивят
☐ Другое: _____

15. Напишите три слова, которые, по вашему мнению, характеризуют наш Центр как особенное место? _____

16. Что в выставочном пространстве Вас больше всего вдохновило, заинтересовало и понравилось?
_____

Благодарим Вас за участие!

Если Вы хотите получать фото с мероприятия или получить информацию о наших будущих проектах, событиях и инициативах, пожалуйста, перейдите на ресурс:

Приложение 4. Анкета для опроса творческой молодежи

Уважаемый друг!
Мы искренне рады, что Вы с нами в наших мероприятиях и проектах. Нам очень важно узнать именно Ваше мнение, чтобы Вам и далее было интересно участвовать в наших проектах.
Анкета анонимна.
Пожалуйста, ответьте на несколько вопросов, потратив не более 2-3 минут.
Мы очень ценим Вас и благодарим Вас за участие и открытость!

1. Немного о вас

1. Возраст:
   ☐ до 18 лет ☐ 18–21 год ☐ 22–25 лет ☐ 26–29 лет ☐ 30–35 лет

2. Ваша основная сфера деятельности:
   ☐ студент / учащийся творческой специальности
   ☐ молодой профессионал (дизайн, медиа, арт, реклама, архитектура и др.)
   ☐ волонтёр / участник креативных проектов
   ☐ другое _____

3. Как Вы узнали о нашем Центре и его мероприятиях?
   ☐ через соцсети
   ☐ от знакомых / коллег
   ☐ через учебное заведение
   ☐ участвовал(а) ранее в других проектах организации
   ☐ другое _____

2. Опыт участия в проектах

4. В каких форматах мероприятий Вы участвовали?
   ☐ выставка / фестиваль
   ☐ мастер-класс
   ☐ воркшоп / хакатон / проектная лаборатория
   ☐ волонтёрство
   ☐ креативный интенсив (экспедиция)
   ☐ другое _____
5. Была ли у Вас возможность проявить себя в качестве автора творческой идеи, дизайнера, организатора или участника команды?
   ☐ да, активно участвовал(а)
   ☐ частично, помогал(а) в реализации
   ☐ нет, скорее был(а) зрителем

6. Какие темы или направления Вам ближе всего?
   ☐ история района, локальное наследие
   ☐ промышленный дизайн, ремёсла
   ☐ визуальное искусство / медиа

☐ городские инициативы / благоустройство
☐ другое _____

3. Мотивация и самореализация

7. Что побудило Вас принять участие в мероприятиях центра?
   ☐ желание реализовать свои идеи
   ☐ возможность сотрудничать с другими творческими людьми
   ☐ интерес к истории и месту
   ☐ профессиональное развитие / портфолио
   ☐ просто хотелось попробовать что-то новое

8. После участия в мероприятиях Центра у Вас появилось желание развивать собственные проекты?
   ☐ да, уже есть идеи
   ☐ есть интерес, но не знаю с чего начать
   ☐ пока нет

9. Насколько Вы чувствуете, что можете реализовать себя творчески на площадке центра? (оцените по шкале от 1 до 5)
   1 ☐ совсем нет 2 ☐ немного 3 ☐ средне 4 ☐ в целом да 5 ☐ полностью

10. Что помогает Вам включаться в совместные творческие проекты?
    ☐ атмосфера сотрудничества
    ☐ поддержка организаторов
    ☐ наличие оборудования / пространства
    ☐ интересные темы
    ☐ взаимодействие с экспертами / менторами

11. Что мешает активнее участвовать в проектах?
    ☐ нехватка времени
    ☐ нет уверенности в своих силах
    ☐ мало информации о возможностях
    ☐ нет подходящих форматов
    ☐ другое _____

4. Результаты и планы

12. Есть ли у Вас идеи или проекты, которые могли бы быть реализованы в нашем центре?
    ☐ да, уже обсуждал(а) с организаторами ☐ да, но пока не представлял(а) ☐ пока нет

13. Хотели бы вы участвовать в новых партнёрских проектах, связанных с историей района и креативными профессиями?
    ☐ да, определённо
    ☐ возможно, если будет интересная тема
    ☐ не уверен(а)

14. Планируете ли Вы продолжать сотрудничество с нами (участие в мероприятиях, партнёрствах, волонтёрстве)?

☐ да оставьте контакт для связи_____
☐ возможно
☐ нет

15. Насколько вы удовлетворены своим участием в мероприятиях нашего проекта?
☐ полностью удовлетворён(а)
☐ скорее удовлетворён(а)
☐ нейтрально
☐ скорее не удовлетворён(а)
☐ полностью не удовлетворён(а)

16. Наш проект посвящен созидательному труду как творческой активности. Напишите в трех словах, что важно для вовлечения в креативную деятельность таких как Вы_____

17. Что в выставочном пространстве Вас больше всего вдохновило, заинтересовало и понравилось? _____

5. Ваши комментарии

18. Что, на ваш взгляд, делает наш Центр интересным местом для творческой молодёжи?_____
19. Какие форматы поддержки или взаимодействия Вам хотелось бы видеть?_____

Если Вы еще не подписаны на наши ресурсы и хотите получать фото с мероприятия или получить информацию о наших будущих инициативах, пожалуйста, перейдите по ссылке:
Молодежное бюро 5 этаж
или https://t.me/buro5etag

Приложение 5. Анкета для опроса экспертов – представителей креативного класса

Уважаемый коллега!
Мы искренне рады, что Вы с нами в наших мероприятиях и проектах . Нам очень важно узнать именно Ваше мнение, чтобы Вам было интересно не просто участвовать в наших проектах, но и сотрудничать с нами.
Анкета анонимна и не требует оставлять Ваши персональные данные.
Пожалуйста, ответьте на несколько вопросов, потратив не более 2-3 минут.
Мы очень ценим Вас и благодарим Вас за участие и открытость!!!

*Инструкция: пожалуйста, оцените каждый пункт по шкале от **1 до 5**, где*
***1** – совсем не согласен / очень низко,*
***5** – полностью согласен / очень высоко.*

1. В проекте ярко представлены культурные и творческие практики. ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

2. Проект вносит вклад в сохранение и развитие ценностей: созидательный труд, историческая память, патриотизм, культурное разнообразие. ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

3. Проект помогает целевым аудиториям почувствовать и развить локальную идентичность Чкаловского района. ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

4. В проекте есть потенциал для формирования устойчивых традиций и культурных смыслов, выходящих за рамки отдельных событий. ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

5. Проект способен стать «местом силы» для молодежи и жителей района. ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

6. Молодежное бюро – перспективное место для творческой активности горожан ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

7. Культурно-образовательный центр – перспективное место для интересных и креативных проектов и творческих мероприятий ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

8. Создание музейного пространства проекта значимо и полезно. ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

9. Экскурсии в пространстве кластера имеют ценность для подростков, семей и жителей района. ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

10. Формат культурно-образовательного центра отвечает потребностям творческой молодежи и креативного сообщества. ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

11. Фестиваль творчества и современных технологий станет актуальным форматом для города и района. ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

12. У проекта есть творческий, креативный потенциал быть интересным для других территорий как модель (кейс). ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

13. Я заинтересован(-а) в творческом взаимодействии с культурно-образовательным центром. Готов(-а) участвовать в совместных культурных проектах, фестивалях, выставках. ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

14. Точно готов(а) реализовать в партнёрстве свои творческие идеи (проекты, мероприятия на площадке культурно-образовательного центра ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

15. Чего, на ваш взгляд, проекту не хватает? _____

Приложение 6. Гайд групповой дискуссии с творческой молодежью

Экспедиция «Креативные кластеры Свердловской области»
(3–13 сентября 2025 года)
Основная площадка: Хлебозавод №6

Вы являетесь участниками крупного творческого проекта. Расскажите, пожалуйста, несколько слов о себе. Кто Вы, где учитесь, почему на этот проект захотели попасть

Блок 1. Оценка мероприятий центра и подобных форматов
Как бы вы оценили условия проведения экспедиции и работы в пространстве «Хлебозавода №6»?
Что было удобно и вдохновляло?
С какими трудностями или барьерами вы столкнулись?
Что из мероприятий Вашей экспедиции (мастер-классы, работа над экспозицией, экскурсионные сценарии, взаимодействие с резидентами и др.) Вы считаете наиболее ценными, интересными, захватывающими для таких как Вы?
Что бы Вы предложили в улучшении организации подобных мероприятий, чтобы они стимулировали креативную активность молодежи?

Блок 2. Мотивация к участию в креативном кластере со своими проектами
Насколько у Вас возникло желание вернуться в «Хлебозавод №6» уже со своим проектом?
Если бы у Вас была возможность, какие темы или форматы проектов вы хотели бы предложить?
Участие в экспедиции повлияло как-то на Ваши личные или профессиональные планы?

Блок 3. Перспективы развития пространства как места оказания креативных услуг
Как Вы оцениваете пространство «Хлебозавода №6» как культурно-образовательного центра – места «творческой силы», проведения разных креативных мероприятий для молодежи?
Какие новые творческие форматы могли бы быть точно востребованы, на Ваш взгляд, у молодежи (программы, цифровые проекты, резиденции, коллаборации с бизнесом и др.)?
Чтобы в этом центре появлялись новые креативные люди, постоянно появлялись новые креативные проекты, творческие мероприятия, что для этого точно необходимо, какие условия?

Блок 4. Целевые группы и сообщество
Каким социальным группам, профессиональным сообществам кроме Вас было бы интересно на мероприятиях «Хлебозавода №6»?
молодежь, школьники, студенты?
семьи с детьми?
представители креативного класса, художники, дизайнеры, инженеры?
предприниматели?
другие (какие)?
Как можно заинтересовать эти группы, привлечь их внимание к творческим мероприятиям кластера?

Приложение 7. Гайд экспертного интервью с представителями креативного класса

Эксперт: _____
Дата интервью: _____
Интервьюер: _____

1. Общее впечатление

– Охарактеризуйте ваше впечатление от проекта «Молодёжное бюро „5 этаж“».
– Что в нём как творческом, креативном проекте кажется особенно важным и значимым?

2. Культурные практики

– Какие интересные культурные и творческие практики, мероприятия, проекты Вы видите в проекте?
– Чем они могут быть ценны для жителей города/района и молодежи?

3. Ценности

– Как, на ваш взгляд, проект работает с ценностями созидательного креативного труда, исторической памяти, патриотизма, культурного разнообразия?
–Видите ли Вы, что эти ценности проявляются в мероприятиях проекта? В каких форматах это проявляется наиболее ярко?

4. Локальная идентичность

–Насколько глубоко проект отражает/может отражать и развивать ценности локальной идентичности Чкаловского района (история хлебокомбината, индустриальное наследие, специфика района)?

5. Традиции и культурные смыслы

– Есть ли в проекте потенциал не только для событий «здесь и сейчас», но и для появления устойчивых традиций и культурных смыслов?
– Что конкретно может со временем стать культурной традицией района?

6. «Место силы»

– Что в проекте может стать сутью «места силы» для молодежи и жителей района?
– Какие условия нужны, чтобы это действительно заработало?

7. Форматы

– Насколько, по вашему мнению, в творческом смысле эффективны такие форматы, направления развития пространства кластера как музейное пространство, промышленные экскурсии, культурно-образовательный центр, фестиваль?
– Какой из этих форматов вам ближе, и почему? Какие из этих форматов вы бы лично поддержали своим творческим участием?

8. Чего не хватает

– Чего, по вашему мнению, в данном проекте пока не хватает как творческом, креативном? Может быть, определённых партнёров, форматов, новых видов активности?
– Какие форматы или идеи могли бы усилить его как проект креативных индустрий?

9. Сложности и барьеры

– Какие сложности, барьеры и риски вы видите на пути развития социокультурного центра как креативного пространства?
– Что может мешать молодёжи и жителям активно включаться в разные творческие форматы и мероприятия этой площадки?

10. Совет команде

– Ваши рекомендации для повышения культурного, образовательного и символического эффекта проекта
– Если бы у вас была возможность дать один главный совет команде проекта — что бы вы сказали?

Приложение 8. Описание методики творческого решения в проекте

Мы измеряем:

Вовлеченность целевых аудиторий в выбор компонентов ценностного ядра локальной идентичности в выставочном пространстве (офлайн или цифровом формате).

Как измеряем:

Творческое решение команды проекта по оценке эмоционального отклика и содержательного выбора.

Надпись, которая в 2017 году появилась на крыше бывшего приборостроительного завода в Екатеринбурге в рамках Уральской индустриальной биеннале современного искусства – основа для измерения смысловой составляющей самоопределения посетителей музея относительно локальной идентичности:

Три позиции **КТО МЫ? ОТКУДА? КУДА МЫ ИДЕМ?**

Кто мы? (в начале экскурсии)

1. выбор в объявлении той категории, к которой мы принадлежим (необходимо оторвать один листок из объявления, когда ты заходишь в музей)



Откуда?

2. выбор микрорайона Чкаловского района: Ботаника, Уктус, Вторчермет, Военный городок, Елизавет, Химмаш, РТИ, 32 Военный городок, Автовокзал, Елизавет, Керамик, Солнечный, Рудный, Горный Шит, Шабровский. Название микрорайона

напечатано и предлагается выбрать и снять с доски (или другим способом) название своего микрорайона

Определение относительно включенности в район (район, историческая память), социальные ценности: «воспоминания по крошкам» можно сделать несколько коробок или цифровых экранов или визуальных объектов в которые посетитель сделает выбор по следующим позициям:

- детство и юность провел в районе
- живу здесь более 5 лет
- переехал недавно (1-5 лет) жить в Чкаловский район
- родился в этом районе, но сейчас живу не здесь
- работаю в районе
- к району не имею прямого отношения

Куда мы идем?

3. Написать слово в сервисе с тэгами:

Для меня Чкаловский район – это …..

(Составляется облако тэгов)

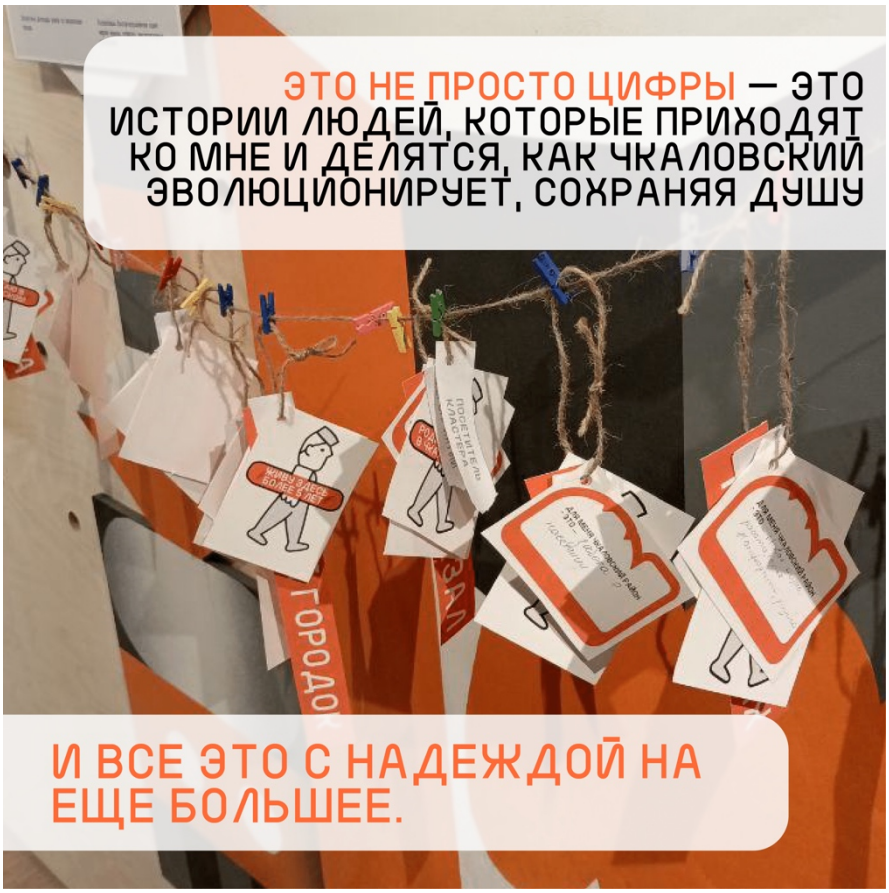
Собираем сформулированные активными участниками проекта смыслы о хлебозаводе, креативе. Выбор смыслов (слоганов), которые «больше заходят, дают эмоциональную отдачу у разных целевых аудиторий.

Новые ценности и смыслы территории:

Развитие/креатив/творчество.

Труд и производство, завод

Патриотизм, родное место, дом и другие


ЭТО НЕ ПРОСТО ЦИФРЫ — ЭТО ИСТОРИИ ЛЮДЕЙ, КОТОРЫЕ ПРИХОДЯТ КО МНЕ И ДЕЛЯТСЯ, КАК ЧКАЛОВСКИЙ ЭВОЛЮЦИОНИРУЕТ, СОХРАНЯЯ ДУШУ
И ВСЕ ЭТО С НАДЕЖДОЙ НА ЕЩЕ БОЛЬШЕЕ.




ГОРНЫЙ ЩИТ
ЕЛИЗАВЕТ
ЗТОРЧЕРМЕТ
КЕРАМИК
РУДНЫЙ
ШАБРОВСКИЙ
АВТОВОКЗАЛ
БОТАНИКА
УКТУС
РТИ
ВОЕННЫЙ ГОРОДОК

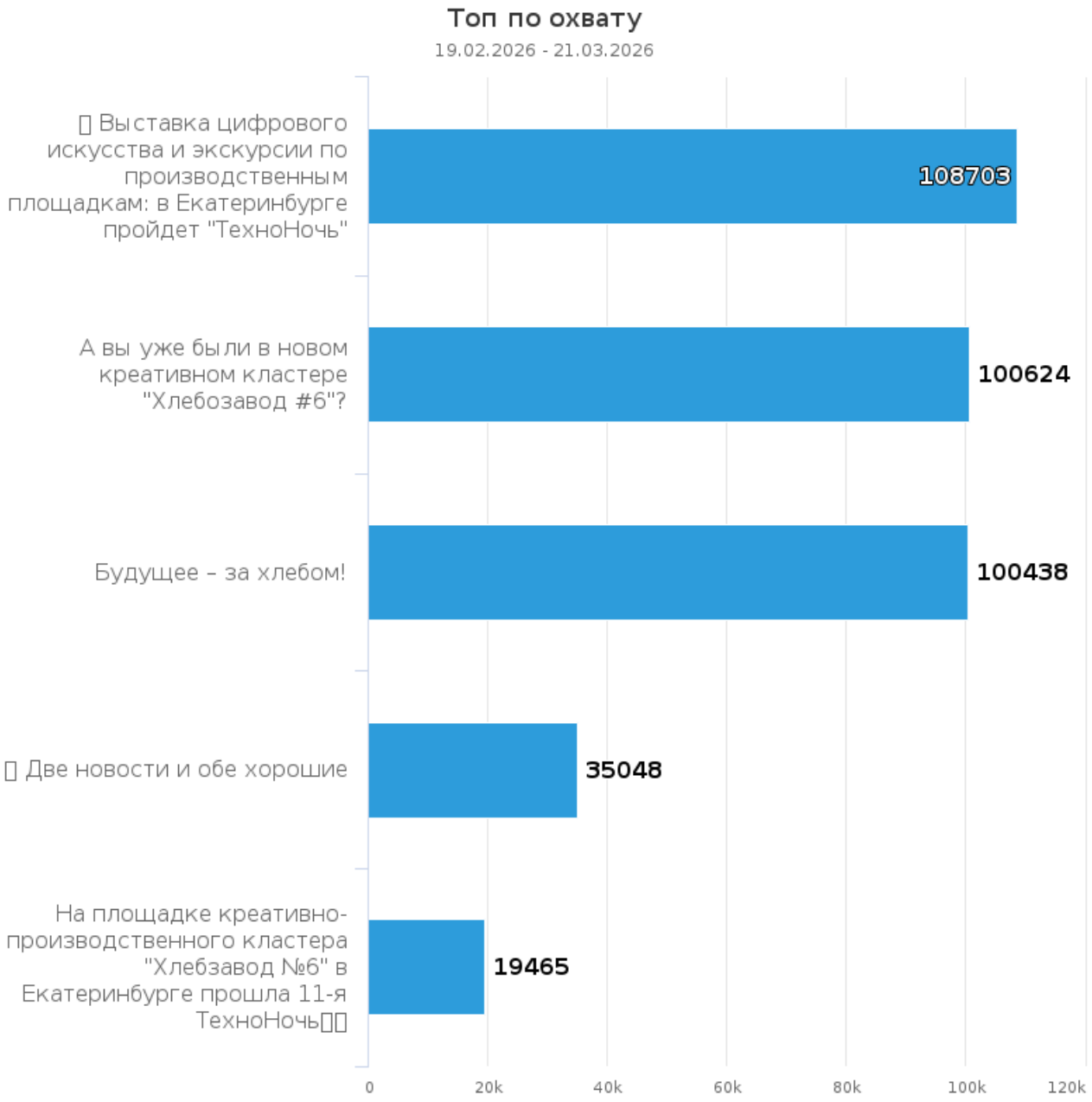
Приложение 9. Оценка запроса стейкхолдеров

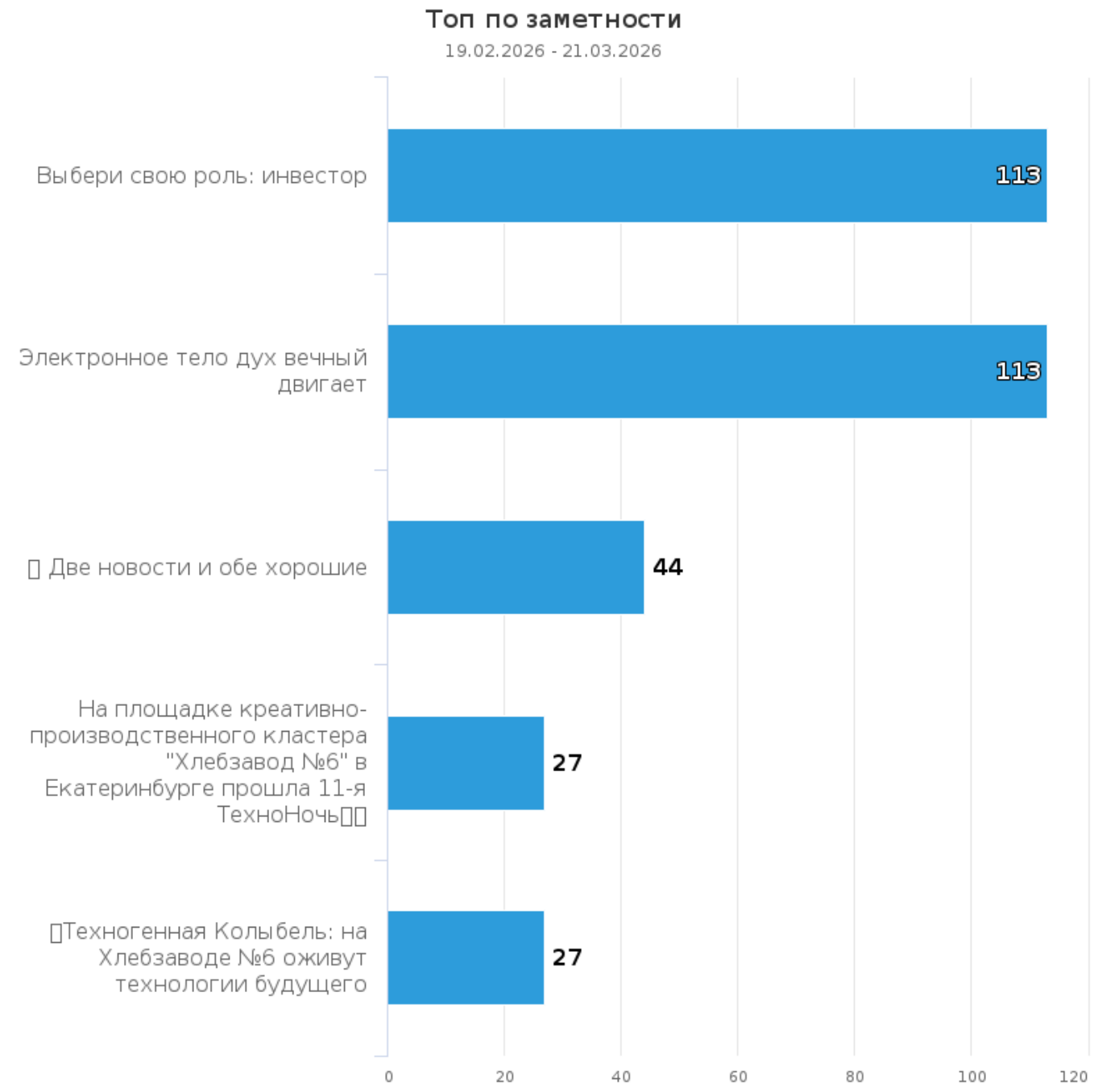
Стейкхолдеры и их потребности			
Группа стейкхолдеров	**Потребность**	**Ключевые оценочные вопросы**	**Методы**
Финансирующие субъекты (ФПКИ)	*Решение проблемы аутентификации социокультурной специфики в гибридных проектах и определения (апробирования) возможности исследовательского мониторинга их реализации с целью сохранения или усиления именно социокультурного влияния проекта* Аутентификация социокультурной специфики гибридных проектов. Сохранение и усиление их социокультурного влияния на целевые аудитории проекта. Апробация исследовательского мониторинга гибридных проектов	Насколько мероприятия проекта соответствуют критериям оказания культурных услуг, создания ценностно-смысловых «культурных продуктов», а не только социальных, образовательных инициатив? В какой мере проект способствует созданию и развитию культурного контента (музейные экспозиции, подкасты, фестивали, креативные продукты), а не только проведению образовательных развивающих мероприятий, социальных активностей? Какие художественные, творческие или культурно-символические практики заложены в проекте? Как они работают на ценности: созидательный труд, патриотизм, историческая память и пр.? Насколько глубоко проект отражает и развивает ценности локальной идентичности Чкаловского района? В какой мере проект становится культурным «местом силы» – формирует традиции, культурные смыслы, эстетические практики, выходящие за рамки событийности?	Экспертные интервью с представителями креативного класса (№-7). Формализованный опрос экспертов (№-24). Групповое интервью с участниками творческой студенческой экспедиции (№-4). Результаты включенного наблюдения на итоговом мероприятии студенческой экспедиции и открытии выставочного пространства.

		Может ли модель проекта быть транслируема как культурный кейс для других регионов, а не только как социальная практика работы с молодежью и локальной идентичностью?	
Команда проекта («Молодежное бюро»)	*Оценка перспективности проекта с точки зрения устойчивости работы культурно-образовательного центра (культурной площадки), социокультурного музейного пространства как сферы организации культурного досуга и креативного развития местного сообщества?* Оценка **устойчивости проекта** как культурно-образовательного центра	Какие социальные группы вовлечены в разные творческие мероприятия (подростки, семьи, креативный класс, резиденты района)? Какие формы досуга и творческой деятельности наиболее востребованы у творческой молодежи, семей с детьми и подростками? Какие барьеры мешают развитию постоянных практик участия разных целевых аудиторий в творческих мероприятиях центра? Как привлечь представителей творческого креативного класса (в том числе из числа жителей района) к инициированию культурно-досуговых мероприятий и проектов с резидентами кластера, реализации культурных программ, оказанию культурных услуг разным группам населения в культурно-образовательном центре? Как сформировать доверие и интерес у посетителей музейного пространства, участников различных культурных мероприятий к креативному кластеру Хлебозавод №6, его культурно-образовательному пространству, мероприятиям,	Опрос творческой молодежи, вовлеченной в организацию и помощь в проведении мероприятий проекта /волонтеров, гидов и т.д./ (№- 100) Опрос участников открытия музейного пространства и мероприятий культурно-образовательного центра /родителей с детьми, подростков и молодежи/ (№-209).),

		творческим проектам и программам центра?	

Приложение 10. Топ публикаций по охвату одного из мероприятий проекта – фестиваля творчества и технологий «ТехноНочь»




Топ по заметности
19.02.2026 - 21.03.2026
Выбери свою роль: инвестор
113
Электронное тело дух вечный двигает
113
 Две новости и обе хорошие
44
На площадке креативно-производственного кластера "Хлебзавод №6" в Екатеринбурге прошла 11-я ТехноНочь
27
Техногенная Колыбель: на Хлебзаводе №6 оживут технологии будущего
27
0
20
40
60
80
100
120