КРАТКИЙ ОТЧЁТ ОБ ОЦЕНКЕ

РЕЗЮМЕ ОТЧЕТА ОБ ОЦЕНКЕ ПРОЕКТА «МОЛОДЕЖНОЕ БЮРО. 5 ЭТАЖ»

ОРГАНИЗАЦИЯ — ИСПОЛНИТЕЛЬ ПРОЕКТА

СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ "УРАЛЬСКИЙ КЛУБ НОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ"

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.