



ЯРКИЕ КРАСКИ  
КРЕАТИВНЫХ  
ИНДУСТРИЙ



ЭВОЛЮЦИЯ  
И ФИЛАНТРОПИЯ

---

## Отчет по результатам оценки проекта «Чеховский книжный фестиваль»

Отчет подготовлен АНО «Эволюция и Филантропия»  
в рамках проекта «Яркие краски креативных индустрий»,  
который реализуется АНО «Гелиос» при поддержке  
Президентского фонда культурных инициатив

Москва, 2024

## СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ .....	2
РЕЗЮМЕ .....	3
ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОБЪЕКТЕ ОЦЕНКИ.....	10
МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ: ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ, КЛЮЧЕВЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ ВОПРОСЫ, МЕТОДЫ СБОРА И АНАЛИЗА ДАННЫХ, ОБЪЕМ СОБРАННЫХ ДАННЫХ, ОГРАНИЧЕНИЯ.....	12
ГЛОССАРИЙ.....	15
ОСНОВНЫЕ СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПО КЛЮЧЕВЫМ ВОПРОСАМ ОЦЕНКИ .....	16
1. Насколько Фестиваль повлиял на обогащение культурной жизни жителей города?.....	16
2. Насколько Фестиваль повлиял на развитие компетенций творческого профессионального сообщества?.....	21
3. Насколько Фестиваль влияет на развитие туристического бренда города?.....	27
4. Насколько результативно реализован проект при поддержке Президентского фонда культурных инициатив?.....	36
РЕКОМЕНДАЦИИ, ТРУДНОСТИ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОЦЕНКИ	45
ПРИЛОЖЕНИЯ .....	46
Приложение 1. Дерево результатов проекта «Чеховский книжный фестиваль»....	46
Приложение 2. Логическая модель проекта «Чеховский книжный фестиваль» ....	47
Приложение 3. Анкета для опроса команды, стейкхолдеров.....	50
Приложение 4. Анкета для опроса зрителей.....	52
Приложение 5. Анкета для опроса профессионального сообщества .....	55
Приложение 6. Гайд интервью с представителями туристического агентства Таганрога, экскурсоводами, представителями кафе, ресторанов.....	57
Приложение 7. Методология ответов на вопросы .....	58
Приложение 8. Перечень событий, выступлений и наград команды.....	62
Приложение 9. Достигнутые количественные и качественные результаты реализации проекта за отчетные периоды.....	63
Приложение 10. План оценки .....	65

## РЕЗЮМЕ

**Объект оценки** - Чеховский книжный фестиваль (Фестиваль).

Это масштабный социокультурный проект, который проходит в г. Таганроге ежегодно, начиная с 2007 года. Фестиваль организован Управлением культуры г. Таганрога и реализуется при поддержке Министерства культуры Ростовской области. Фестиваль охватывает целый ряд городских площадок - от открытых пространств до библиотек и театров (около 35 площадок ежегодно). Программа Фестиваля включает события для профессионального сообщества и большой спектр мероприятий для широкой публики (жителей и гостей города): презентации новых книг и проектов, премьеры спектаклей, мастер-классы, публичные лекции, концерты, выставки. Гостями Фестиваля ежегодно становятся известные поэты и писатели и литературные критики России, издатели, иллюстраторы, а также сценаристы, актеры, композиторы, интерпретирующие в своем творчестве литературные произведения. В тематическом фокусе Фестиваля: история русской литературы, известные личности русской культуры, имеющие связь с Таганрогом, современная российская литература. В 2022 году Чеховский книжный фестиваль стал победителем конкурса Президентского фонда культурных инициатив (ПФКИ-22-1-000480).

Цель Фестиваля состоит в создании условий для формирования личных и профессиональных компетенций в области литературы и чтения, проведения интеллектуального досуга населения

Ожидаемые результаты:

- создание условий для формирования читательской компетентности, вовлечения в активное квалифицированное чтение подрастающего поколения Таганрога;
- раскрытие творческих способностей, привлечение к творческой самореализации представителей городского сообщества посредством вовлечения в фестивальные практики;
- привлечение профессионального сообщества к обмену опытом по продвижению книги и чтения;
- создание атмосферы интеллектуального праздника.

**Цель оценки** – определить влияние, которое оказывает Фестиваль на основные целевые группы (жители и гости города, профессиональное сообщество), как это влияние позволяет достигать изменения (повышается ли привлекательность города для жителей и гостей благодаря обогащению культурно-интеллектуального досуга в городе).

В фокусе оценки - пять сезонов Фестиваля 2018-2023 гг. В 2020 г. Фестиваль был отменен по причине угрозы распространения коронавирусной инфекции. В 2022 году 15-й сезон Фестиваля был проведен с использованием средств гранта Президентского фонда культурных инициатив. Таким образом, в ходе оценки изучено не только влияние Фестиваля на основные целевые группы, но и результативность конкретного грантового проекта.

**Период проведения оценки:** февраль – июнь 2024 года.

**Ключевые стейкхолдеры:** команда и лидер проекта, Управление культуры г. Таганрога, власти города, региона, Президентский фонд культурных инициатив.

#### **Команда исполнителей**

Организатор: АНО «Эволюция и филантропия».

Кураторы оценки: эксперт-консультант по оценке социальных проектов, социолог А.А.Богомолова, генеральный директор Фонда «Будущее время» Н.И.Сергиевская.

Разработка инструментария: аспирант-социолог Высшей школы экономики И.А. Смекалин, А.А. Богомолова.

Организация сбора данных: лидер Фестиваля Л.И. Скрынникова.

Анализ данных: социолог А.В. Щедрина.

#### **Методология оценки**

Для планирования оценки был проведен анализ документации Фестиваля и проведено интервью с его лидером. На основании полученных данных разработаны Дерево результатов 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 «Чеховский книжный фестиваль» лежат как количественные, так и качественные методы. Сочетание методов сбора информации, направленность их на решение одной цели в значительной мере повышают коэффициент полезности и достоверности результатов оценки. В основе анализа количественных данных находятся следующие методы: описательная статистика, анализ динамики, сравнение, метод группировки, графические методы. Полученные количественные данные обработаны с помощью программы SPSS Statistics. Для табличного и графического представления данных использованы программы SPSS Statistics и Microsoft Excel. В основе анализа качественных данных находится интерпретация содержания высказываний участников интервью, кластерный анализ ответов. В качестве иллюстрации выводов приводятся релевантные цитаты и фрагменты из полуструктурированных интервью.

#### **Ключевые оценочные вопросы**

1. Насколько Фестиваль повлиял на обогащение культурной жизни жителей города?
2. Насколько Фестиваль повлиял на развитие компетенций творческого профессионального сообщества?
3. Насколько Фестиваль влияет на развитие туристического бренда города?
4. Насколько результативно реализован проект при поддержке ПФКИ?

Перечень результатов и показателей оценки

№	Результаты	Показатели
1	Профессиональное сообщество получило мотивацию к саморазвитию и дальнейшему повышению профессиональных компетенций	<p>Количество представителей профессионального сообщества, принявших участие в профессиональной программе</p> <p>Кол-во повторных участников проф. содержательной программы Фестиваля</p> <p>Доля представителей профессионального сообщества, высоко оценивших полезность проф. программы.</p> <p>Доля представителей профессионального сообщества, мотивированных после участия в Фестивале на получение новых профессиональных знаний или навыков</p>
2	Формирование гордости у жителей города, уважительного отношения к городу с литературной историей и современной культурной жизнью	<p>Количество жителей, принявших участие в событиях Фестиваля</p> <p>Доля посетителей Фестиваля, имеющих опыт повторного посещения Фестиваля</p> <p>Доля горожан из числа посетителей Фестиваля, которые стали больше интересоваться литературой и чтением</p> <p>Доля посетителей, считающих, что Фестиваль позволяет провести свой досуг одновременно и культурно, и интеллектуально</p> <p>Доля посетителей, считающих, что Фестиваль является одним из способов пробуждения в жителях и гостях города любви и интереса к чтению и литературе</p>
3	Повышение привлекательности города для жителей и гостей Таганрога	<p>Количество посетителей Фестиваля из других регионов</p> <p>Количество специальных туристических продуктов, основанных на тематике и программе Фестиваля</p> <p>Признание Фестиваля в туристической индустрии</p>
4	Результативность проекта, реализованного при поддержке Президентского фонда культурных инициатив	<p>Процент выполнения плановых значений показателей проекта (не менее 75%)</p> <p>Доля заинтересованных сторон, чьи ожидания Фестиваль превзошел или оправдал</p> <p>Доля участников Фестиваля, принявших в чем повторное участие</p> <p>Наличие/ отсутствие у представителей профессионального сообщества фактов мотивации для продолжения наращивания компетенций после Фестиваля</p> <p>Доля участников Фестиваля, высоко оценивших возможности проведения культурного досуга в городе</p>

Методы и инструменты сбора данных	Источники данных, генеральная совокупность	Количество опрошенных (чел.)
Онлайн-опрос (три анкеты)	Зрители Фестиваля Более 15 000 чел. за 5 сезонов	222
	Представители профессионального сообщества – участники проф. программы Около 1 000 человек за 5 сезонов	51
	Члены команды проекта и стейкхолдеры	35
Полуструктурированное интервью (гайд интервью)	Представители туристических организаций Таганрога (тур. агентство, кафе, ресторан)	7
Анализ документов (протокол содержательных единиц анализа текста)	программы Фестиваля, списки участников, отзывы участников, сайт – визитка города, сайты первой страницы поиска по запросу «Почему стоит посетить Таганрог», туристические маршруты по городу Таганрогу, заявка и отчет ПФКИ	

## Ограничения

Несмотря на то, что Фестиваль проводится более 15 лет, оценке подлежат только сезоны 2018-2023 гг., то есть полученные выводы невозможно распространить на предыдущие сезоны. Онлайн-опрос зрителей проведен среди подписчиков в социальной сети ВКонтакте и телеграм – канала Фестиваля, по причине того, что до 2024 г. не проводилась регистрация гостей, у команды проекта есть база контактов только участников профессиональной программы. Онлайн-опрос имеет риск неоднократного участия в опросе одного человека. Влияние этого фактора в ходе оценки минимизировано за счет «чистки» баз данных, проверки статуса респондента. Выводы, сделанные на основе проведенных интервью, не могут быть распространены на всю совокупность туристических организаций, так как метод интервью дает только качественные данные, не предоставляет статистических оценок. При анализе документов важно учитывать, что документы подготовлены членами команды, отражают только их видение.

## Ключевые результаты оценки

- Фестиваль способствует обогащению культурной жизни жителей города: горожане стали больше интересоваться литературой и чтением.**  
 97% зрителей считают, что Фестиваль позволяет провести свой досуг одновременно и культурно, и интеллектуально.  
 98% зрителей уверены, что Фестиваль является одним из способов пробуждения в жителях и гостях города любви и интереса к чтению и литературе.  
 80% зрителей указали, что после участия в мероприятиях Фестиваля они стали больше читать, интересоваться литературой.

- Фестиваль оказывает ожидаемое влияние на развитие компетенций творческого профессионального сообщества.**

С каждым годом проведения Фестиваля растет число институций, вовлеченных в Фестиваль (с 32 в 2018 г. до 51 в 2023 г.).

97% респондентов высоко оценили профессиональную программу Фестиваля с точки зрения ее полезности.

Возможность узнать что-то новое, повысить уровень компетенций – самое ценное на Фестивале для представителей профессионального сообщества.

84% представителей профессионального сообщества замотивированы на дальнейшее развитие своих компетенций.
- Чеховский книжный фестиваль оказывает значимое положительное влияние на формирование туристического бренда Таганрога** (вывод сделан на основании интервью с 7 представителями турист. бизнеса города).

Жители и гости видят Таганрог как культурно-исторический центр Юга России. Культурная фигура бренда города – писатель Антон Павлович Чехов. Другая часть туристического бренда Таганрога – это приморский город с красивыми пейзажами, со старинными каменными зданиями.

Опыт Чеховского фестиваля интересен и признан в туристической индустрии как на региональном, так и на федеральном уровнях.

Литературная история Таганрога включена в туристические маршруты, они охватывают достопримечательности, имеющие связь с литературной историей и местами проведения площадок Фестиваля.

Критериями влияния культурного Фестиваля на туристическую привлекательности территории являются: прирост туристов в Таганроге в дни проведения Фестиваля, география участников Фестиваля из других регионов, мнения представителей туристических организаций города о влиянии Фестиваля на туристическую привлекательность города.
- Проект при поддержке ПФКИ реализован результативно.**

Цель проекта - создание условий для формирования и повышения уровня личных и профессиональных компетенций в области литературы и чтения, а также проведения интеллектуального досуга.

Ожидаемые и достигнутые цели всех уровней проекта совпадают более чем на 75%. Ключевой результат проекта можно считать устойчивым.

Фестиваль способствует обогащению культурной жизни города, формирует у жителей гордость за свою территорию и историю, помогает развиваться творческим людям и профессионалам в области литературы и культуры, содействует привлечению туристов в Таганрог.

94% опрошенных согласились с утверждениями: «С начала проведения Фестиваля жители города стали больше читать, интересоваться литературой», «Жители города стали больше интересоваться культурой и историей города».

Более половины зрителей и представителей профессионального сообщества принимали участие в Фестивале 2 раза и более.

Результаты проведения Фестиваля оправдали ожидания 91% членов команды проекта и стейкхолдеров.

46% членов команды проекта и стейкхолдеров считают, что не нужно вносить никаких изменений в Фестиваль с точки зрения его организации и проведения.

**Как сделать Фестиваль более эффективным и устойчивым** культурным событием (рекомендации). Рекомендации сформулированы, основываясь на комментариях членов команды проекта и стейкхолдеров:

- поддержка проекта властями на региональном и федеральном уровнях (в т.ч. финансирование);
- увеличение охвата участников Фестиваля (зрителей, туристов, профессионального сообщества, партнеров);
- проведение мероприятий Фестиваля в разных районах Таганрога, в том числе больше на открытых площадках, доступных каждому;
- больше внимания уделять информированию жителей, гостей Таганрога о проведении Фестиваля, его событиях (в т.ч. использование большего разнообразия каналов продвижения);
- расширение партнерских связей;
- привлечение к участию в Фестивале больше известных творческих личностей (писателей, поэтов, актеров и т.д.);
- больше привлекать известные российские книжные издательства;
- внесение в программу Фестиваля новых форматов.

#### **Трудности:**

- сложно замотивировать зрителей Фестиваля и профессиональное сообщество заполнить анкету,
- литературная история города плотно вписана в деятельность туристического бизнеса, представителям сложно выделить влияние Фестиваля,
- обратная связь по итогам каждого сезона Фестиваля собиралась не системно, что затруднило формирование доказательной базы,
- нет данных о реальном участии в Фестивале зрителей из других регионов (учет не велся),
- Фестиваль способствует развитию профессионального сообщества преимущественно из Ростовской области, крайне мало из других регионов страны.

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

- активный и включенный лидер проекта способствует сбору данных в необходимом количестве в короткий срок,
- ведение пабликов Фестиваля в социальных сетях и мессенджерах (телеграм) позволит провести опрос респондентов, если их контактные данные отсутствуют,
- использование нескольких одинаковых вопросов анкеты для всех групп респондентов позволит получить максимально объективные мнения о важных характеристиках Фестиваля (принцип триангуляции по источнику данных),
- выбор в пользу разнообразных инструментов сбора данных для разных групп информантов делает анализ данных более продолжительным,
- особенности территории: Таганрог – средний по численности город с единственной самой знаменитой литературной личностью (не мегаполис с множеством ярких исторических культурных личностей), что способствует популяризации Фестиваля и его значимому влиянию на привлекательность города, туристический бренд, включенность культурных институций.
- для усиления доказательной базы рекомендуется анализировать культурную повестку города (какие еще события схожей тематики

проводятся в городе и гипотетически влияют на интерес жителей к литературе и чтению), вести учет и проводить опросы туристов в дни проведения Фестиваля, интервьюировать представителей туристических агентств других городов, которые имеют в своем пакете услуг культурно-интеллектуальные туры по стране, отслеживать рост продаж книг российских авторов, приобретенных после посещения Фестиваля, изучать карьерные маршруты участников профессиональной программы Фестиваля и оценить результаты образовательной программы Фестиваля.

**Как будут использовать результаты оценки:**

- рекомендации новой команде Фестиваля по корректировке форматов Фестиваля,
- использование дизайна оценки и инструментов сбора данных для оценки схожих проектов,
- презентация доказанных результатов Фестиваля стейкхолдерам для получения поддержки.

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОБЪЕКТЕ ОЦЕНКИ

### Объект оценки

[Проект «Чеховский книжный фестиваль»](#) (сезоны 2018 - 2023 гг.)

### Краткое описание объекта оценки

Масштабный социокультурный проект проходит в Таганроге ежегодно, начиная с 2007 года (исключение – 2020 год, Фестиваль был отменен по причине угрозы распространения коронавирусной инфекции COVID-19). Он организован Управлением культуры г. Таганрога и реализуется при поддержке Министерства культуры Ростовской области. Проект направлен на создание условий для формирования современных культурных компетенций в области литературы и чтения, проведения интеллектуального досуга.

В 2022 году Чеховский книжный фестиваль стал победителем конкурса Президентского фонда культурных инициатив (ПФКИ-22-1-000480). С использованием средств гранта был проведен 15-й Чеховский книжный фестиваль. Цель проекта - создание условий для формирования и повышения уровня личных и профессиональных компетенций в области литературы и чтения, а также проведения интеллектуального досуга.

Задачи:

- 1) создать условия для формирования читательской компетентности, вовлечения в активное квалифицированное чтение подрастающего поколения Таганрога;
- 2) раскрыть творческие способности, привлечь к творческой самореализации представителей городского сообщества посредством вовлечения в фестивальные практики;
- 3) привлечь профессиональное сообщество к обмену опытом по продвижению книги и чтения;
- 4) создать атмосферу интеллектуального праздника;
- 5) обеспечить информационную поддержку проекта.

Также Фестиваль стал победителем окружного этапа по Северо-Кавказскому и Южному Федеральным округам конкурса Национальной премии в области событийного туризма RUSSIAN EVENT AWARDS в номинации «Лучшее туристическое событие в области культуры».

Фестиваль охватывает целый ряд городских площадок – от открытых пространств до библиотек и театров (около 35 площадок ежегодно). Программа Фестиваля включает в себя события для профессиональной аудитории и большой спектр мероприятий для широкой публики: презентации новых книг и проектов, премьеры спектаклей, мастер-классы, публичные лекции, концерты, выставки. Гостями Фестиваля ежегодно становятся известные поэты и писатели, литературные критики России, издатели, иллюстраторы, а также сценаристы, актеры, композиторы, интерпретирующие в своем творчестве литературные

произведения. Важным элементом Фестиваля является ярмарка книжной и сувенирной продукции.

В тематическом фокусе Фестиваля: история русской литературы, известные личности русской культуры, имеющие связь с Таганрогом, современная российская литература.

Социокультурные проблемы, на решение которых направлен Фестиваль:

- Недостаточная оценка жителями города историко-культурных ресурсов Таганрога,
- Невысокая туристическая привлекательность бренда города,
- Запрос на насыщенность городской жизни качественными культурными событиями, представляющими разнообразие форматов, тем и взглядов на культуру.

Сферы влияния проекта:

- экономика, в т.ч. повышение туристической привлекательности региона,
- образовательная и культурная среда,
- профессиональное развитие сотрудников в области культуры,
- изменения на уровне индивида.

Целевые группы проекта (Фестиваля в целом):

- дети, подростки, молодежь (воспитанники дошкольных учреждений, учащиеся образовательных организаций, студенты),
- специалисты гуманитарной отрасли (культурологи, сотрудники музеев, библиотек, архивов, художники, преподаватели, педагоги, музыканты, актеры, филологи, историки, краеведы и т.д.),
- городское творческое сообщество (члены литературных, театральных, музыкальных, фото- художественных объединений и т.п.),
- жители и гости города.

Дерево результатов представлено в [Приложении 1](#).

Логическая модель проекта представлена в [Приложении 2](#).

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

### **Цель**

Определить влияние, которое оказывает Фестиваль на основные целевые группы (жители и гости города, профессиональное сообщество), как это влияние позволяет достигать изменения (повышается ли привлекательность города для жителей и гостей благодаря обогащению культурно-интеллектуального досуга в городе).

### **Задачи**

1. Составить рейтинг популярности форматов Фестиваля,
2. Выявить, насколько Фестиваль влияет на интерес жителей города к литературе и чтению,
3. Выявить, насколько Фестиваль мотивирует и дает возможности профессионального развития для профессионального сообщества,
4. Описать, как Фестиваль влияет на развитие туристического бренда города,
5. Определить, в какой степени сложившийся дизайн Фестиваля позволяет достигать устойчивых социальных результатов,
6. Выявить, какие рекомендации по развитию Фестиваля дают респонденты.

**Период проведения оценки:** февраль – июнь 2024 года.

**Ключевые стейкхолдеры:** команда и лидер проекта, Управление культуры г. Таганрога, власти города, региона, Президентский фонд культурных инициатив.

### **Ключевые оценочные вопросы**

1. Насколько Фестиваль повлиял на обогащение культурной жизни жителей города?
2. Насколько Фестиваль повлиял на развитие компетенций творческого профессионального сообщества?
3. Насколько Фестиваль влияет на развитие туристического бренда города?
4. Насколько результативно реализован проект при поддержке ПФКИ?

## Методы сбора данных, объем собранных данных

Метод сбора данных	Инструмент	Источник данных	Генеральная совокупность	Количество опрошенных (чел.)
Онлайн-опрос	Анкета для зрителей ( <a href="#">Приложение 4</a> )	Зрители Фестиваля сезонов 2018-2023 гг.	Более 15 000 чел. за 5 сезонов	222
	Анкета для профессионального сообщества ( <a href="#">Приложение 5</a> )	Представители профессионального сообщества – участники Фестиваля сезонов 2018-2023 гг.	Около 1 000 человек за 5 сезонов	51
	Анкета для команды, стейкхолдеров ( <a href="#">Приложение 3</a> )	Члены команды проекта и стейкхолдеры	Не менее 20 человек	35
Полуструктурированное интервью	Гайд ( <a href="#">Приложение 6</a> )	Представители туристического агентства Таганрога, экскурсоводы, представители кафе, ресторанов		7
Анализ документов	Протокол содержательных единиц анализа текста	заявка и отчет ПФКИ, отзывы участников, программы Фестиваля, списки участников, сайт – визитка города, сайты первой страницы поиска по запросу «Почему стоит посетить Таганрог», туристические маршруты по городу Таганрогу, пр.		

План оценки приведен в [Приложении 10](#).

Методология ответов на вопросы представлена в [Приложении 7](#).

В оценке проекта «Чеховский книжный фестиваль» лежат как количественные, так и качественные методы. Сочетание методов сбора информации, направленность их на решение одной цели в значительной мере повышают коэффициент полезности и достоверности результатов оценки.

В основе анализа количественных данных находятся следующие методы: описательная статистика, анализ динамики, сравнение, метод группировки, графические методы и пр.

Полученные количественные данные обработаны с помощью программы SPSS Statistics. Для табличного и графического представления данных использованы программы SPSS Statistics и Microsoft Excel.

В основе анализа качественных данных находится интерпретация содержания высказываний участников интервью. В качестве иллюстрации выводов приводятся релевантные цитаты и фрагменты из полуструктурированных интервью.

Мнения (цитаты) участников интервью в отчете приводятся в кавычках «», выделены *курсивом*.

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

При оценке и анализе необходимо принять во внимание следующие факторы:

1. В 2024 году произошла смена руководителя Фестиваля, что могло оказать значительное влияние на его реализацию и, соответственно, на мнение аудитории,
2. До 2024 года не проводилась электронная регистрация гостей Фестиваля, таким образом, кроме участников профессиональной части, у команды проекта нет контактов, по которым можно было бы провести опросы и анкетирование, в связи с этим опрос был проведен среди подписчиков соответствующих групп в социальной сети ВКонтакте и телеграм – канала Фестиваля,
3. Несмотря на то, что Фестиваль проводится уже более 15 лет, оценке подлежат только сезоны с 2018 по 2023 гг., то есть мы не можем распространить полученные выводы на предыдущие сезоны,
4. Онлайн-опрос проведен в апреле 2024 года, респондентам приходилось возвращаться в памяти к прошлым годам, сезонам Фестиваля, поэтому есть вероятность, что определенные оценки и мнения упущены,
5. Метод интервью дает только качественные данные, не предоставляет количественных оценок, поэтому выводы, сделанные на основе анализа интервью, не могут быть распространены на всю генеральную совокупность туристических организаций города,
6. Онлайн-опрос как метод сбора информации имеет риск неоднократного участия в опросе одного человека. Влияние этого фактора было минимизировано за счет «чистки» баз данных, проверки статуса респондента (то есть среди представителей профессионального сообщества нет зрителей и наоборот),
7. Онлайн-опрос не позволяет избежать ненамеренного искажения данных, что влияет на достоверность полученной информации. Например, в 2020 году Фестиваль был отменен из-за угрозы распространения коронавирусной инфекции COVID-19, тем не менее респонденты, отвечая на вопрос «В какие годы Вы посещали Чеховский книжный фестиваль?», выбирали вариант «в 2020 году». Несколько респондентов отвечали на этот вопрос «не помню», но при этом выбирали еще конкретные сезоны,
8. Результаты анализа сайтов приводятся на момент оценки (май 2024 года).

#### **Команда исполнителей**

Организатор: АНО «Эволюция и филантропия».

Кураторы оценки: эксперт-консультант по оценке социальных проектов, социолог А.А.Богомолова, генеральный директор Фонда «Будущее время» Н.И.Сергиевская.

Разработка инструментария: аспирант-социолог Высшей школы экономики И.А. Смекалин, А.А. Богомолова.

Организация сбора данных: лидер Фестиваля Л.И. Скрынникова.

Анализ данных: социолог А.В. Щедрина.

## ГЛОССАРИЙ

**Зрители Фестиваля** – жители Таганрога (преимущественно), гости города, в т.ч. дети, подростки, принявшие участие в событиях Фестиваля, посетившие мероприятия Фестиваля сезонов 2018 – 2023 гг.

**Институции** – площадки, спонсоры и партнеры Фестиваля (библиотеки, музеи, образовательные учреждения, общественные организации, СМИ, бизнес и т.п.), принявшие участие в событиях Фестиваля, посетившие мероприятия Фестиваля сезонов 2018 – 2023 гг.

**Команда проекта** – группа специалистов разного профиля, вовлеченных в работу по организации и проведению Чеховского книжного фестиваля.

**Представители туристического бизнеса города Таганрог** – представители туристического агентства Таганрога, экскурсоводы, представители кафе, ресторанов, гостиниц города.

**Профессиональное творческое сообщество** – творческое, краеведческое и литературное сообщество специалистов Таганрога (преимущественно) и других городов, принявших участие в событиях Фестиваля, посетившие мероприятия профессиональной программы Фестиваля сезонов 2018 – 2023 гг. (сотрудники музеев, библиотек, литераторы, журналисты, критики, краеведы).

**Сезон Фестиваля** – период проведения событий Фестиваля (май каждого года, начиная с 2007 года).

**Стейкхолдеры Фестиваля** – заинтересованные стороны Фестиваля (власти города, региона, партнеры).

## ОСНОВНЫЕ СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПО КЛЮЧЕВЫМ ВОПРОСАМ ОЦЕНКИ

### 1. Насколько Фестиваль повлиял на обогащение культурной жизни жителей города?

#### Подвопросы:

1. Насколько горожане стали больше интересоваться литературой и чтением?
2. Какие форматы Фестиваля наиболее ценны и запомнились горожанам?

**Метод сбора данных:** анкетный онлайн-опрос.

**Источник данных:** зрители Фестиваля сезонов 2018-2023 гг.

#### Влияние Фестиваля на интерес к литературе и чтению у зрителей

Благодаря проведению Чеховского книжного фестиваля подавляющая часть зрителей, заполнивших анкету, стала больше интересоваться литературой и чтением.

Так, 97% зрителей считают, что Фестиваль позволяет провести свой досуг одновременно и культурно, и интеллектуально. По мнению 98% респондентов, Чеховский фестиваль является одним из способов пробуждения в жителях и гостях города любви и интереса к чтению и литературе. 80% зрителей указали, что после участия в мероприятиях Фестиваля они стали больше читать, интересоваться литературой.

Около половины зрителей выделяют Чеховский фестиваль на фоне других культурных массовых событий, проходящих в Таганроге: 48% опрошенных посетителей уверенно не согласны с суждением, что «Фестиваль – одно из событий в городе, мало отличающееся от других», еще 25% не согласны частично. 23% горожан считают Фестиваль только ярким праздником, что полностью правомерно. Массовые мероприятия по типу фестивалей ставят своей целью не только внести что-то новое в культурную жизнь территории, оказать влияние на ценности или традиции участников, повысить уровень знаний, но имеют и рекреационную составляющую: а именно дать возможность посетителям отдохнуть, насладиться красивыми, яркими, веселыми представлениями, отвлечься от рутинных дел, погрузиться в атмосферу праздника. Развлекательная составляющая Фестиваля важна и с точки зрения привлечения разновозрастной аудитории, чтобы событие можно было посетить всей семьей, с детьми.

Диаграмма 1 – Распределение ответов зрителей Фестиваля на вопросы анкеты «Насколько Вы согласны с утверждениями, приведенными в таблице ниже?» (в %)



В ходе анализа полученных результатов опроса была выявлена взаимосвязь между согласием респондентов с указанными на диаграмме 1 утверждениями и количеством посещенных зрителями сезонов Чеховского фестиваля в период с 2018 по 2023 гг. Среди зрителей, посетивших 2 сезона и более, выше доли согласных с приведенными утверждениями, и наоборот. Участники 3 сезонов и более охотнее других согласились с утверждением «Я стал(а) больше читать, интересоваться литературой, после участия в мероприятиях Фестиваля». То есть, чем чаще жители принимали участие в мероприятиях Фестиваля, тем больше они стали читать и интересоваться литературой.

Для дополнения доказательной базы рекомендуется анализировать культурную повестку города: какие еще события схожей тематики проводятся в городе и гипотетически влияют на интерес жителей к литературе и чтению.

Таблица 1 – Распределение ответов зрителей Фестиваля на вопросы анкеты «Насколько Вы согласны с утверждениями, приведенными в таблице ниже?» в зависимости от количества посещенных ими сезонов в период с 2018 по 2023 гг. (в %)

Утверждение \ Вариант ответа	В целом по выборке	Количество сезонов Фестиваля, посещенных респондентами в период с 2018 по 2023 гг.						
		0	1	2	3	4	5	6
Фестиваль – это способ провести свой досуг не только культурно, но и интеллектуально								
Согласен / согласна	83	78	70	86	75	94	80	97
Отчасти согласен / согласна	14	13	26	14	25	6	20	3

Утверждение Вариант ответа	В целом по выборке	Количество сезонов Фестиваля, посещенных респондентами в период с 2018 по 2023 гг.						
		0	1	2	3	4	5	6
НЕ согласен / НЕ согласна	2	5	4	0	0	0	0	0
Затрудняюсь ответить	1	5	0	0	0	0	0	0
Фестиваль – это хороший способ пробудить в жителях и гостях города любовь и интерес к чтению, литературе								
Согласен / согласна	87	73	81	86	88	100	90	97
Отчасти согласен / согласна	11	20	17	14	13	0	10	3
НЕ согласен / НЕ согласна	1	5	2	0	0	0	0	0
Затрудняюсь ответить	1	3	0	0	0	0	0	0
Я стал(а) больше читать, интересоваться литературой, после участия в мероприятиях Фестиваля								
Согласен / согласна	55	40	43	50	69	61	50	73
Отчасти согласен / согласна	25	33	26	27	19	22	40	18
НЕ согласен / НЕ согласна	12	15	21	14	6	11	0	5
Затрудняюсь ответить	8	13	9	9	6	6	10	5

Представленные данные подтверждают высказывания зрителей Фестиваля на открытый вопрос анкеты «Какими результатами, по Вашему мнению, может гордиться команда Фестиваля на сегодняшний день?». Ниже приведено несколько цитат:

*«Фестиваль обогащает культурную жизнь города, привлекает туристов из разных городов, создает свой неповторимый колорит города»*

*«Высоким уровнем литераторов участников фестиваля. Тщательным подбором исполнителей для литературного вечера в Чеховском театре. Квалифицированной организацией акций фестиваля на сорока и более площадках города в течение нескольких дней. Вовлечением в креативную историю разных возрастных и социальных групп жителей Таганрога».*

*«Фестиваль изменил в лучшую сторону культурную жизнь города, многие артисты, писатели, поэты с удовольствием приезжают в наш город, а местные жители проводят прекрасно время, знакомясь с новинками литературы и лично с творческими людьми».*

Для повышения уровня доказательности того, что зрители стали больше читать, интересоваться литературой, рекомендуется проводить оценку роста продаж книг российских авторов, приобретенных после посещения Фестиваля, а также запросов книг в библиотеках.

## Форматы Фестиваля

Среди зрителей наиболее популярными стали следующие форматы Фестиваля: выставки (65%), концерты (58%), творческие встречи с писателями и поэтами (58%) и презентации новых книг и проектов (57%). Реже респонденты в рамках Чеховского фестиваля посещали мастер-классы (43%) и площадку «Волшебная почта» (29%).

Диаграмма 2 – Распределения ответов зрителей Фестиваля на вопросы анкеты «Какие форматы Чеховского литературного фестиваля Вы посещали хотя бы один раз?» и «Какие форматы Чеховского литературного фестиваля Вы хотели бы посетить в будущем?» (в % от количества респондентов)



По предположениям команды Фестиваля, разнообразие форматов Фестиваля влияет на обогащение культурной жизни зрителей. Чтобы привлечь на Фестиваль больше зрителей, организаторы вводили новые форматы от сезона к сезону. Полученные данные позволяют судить о том, что данная гипотеза не подтвердилась: в зависимости от года посещения Фестиваля наиболее популярные форматы не меняются (Таблица 2).

Таблица 2 – Распределение ответов зрителей Фестиваля на вопрос анкеты «Какие форматы Чеховского литературного фестиваля Вы посещали хотя бы один раз?» в зависимости от года посещения (в % от количества респондентов)

Вариант ответа	В целом по выборке	Год посещения Фестиваля, г.						
		2018	2019	2020	2021	2022	2023	Не помню
Выставки	65	83	81	77	72	74	68	63
Концерты	58	76	78	78	73	72	69	41
Творческие встречи с писателями и поэтами (лекции, завтраки с поэтами, ужины с писателями)	58	79	80	81	76	74	73	28
Презентации новых книг и проектов	57	77	76	77	73	68	69	35
Мастер-классы	43	60	63	64	61	58	55	22
Волшебная почта (отправка специальных открыток)	29	45	44	43	38	40	39	13
Другое	2	1	2	1	3	2	1	2

Большинство опрошенных хотели бы посетить в будущем такие форматы Чеховского литературного фестиваля, как творческие встречи с писателями и поэтами (66%), концерты (60%), мастер-классы (59%) и выставки (53%) (Диаграмма 2). Половина респондентов отметили вариант «Презентации новых

книг и проектов» (51%). Реже всего зрители выбирали вариант «Волшебная почта (отправка специальных открыток)» (37%).

Можно сделать вывод о том, что зрителям в будущем хотелось бы посетить такие форматы Фестиваля, которые позволили бы несколько ближе пообщаться с интересными личностями (писателями, поэтами и пр.).

Зрители отмечают, что члены команды могут гордиться насыщенной и интересной программой Фестиваля:

*«Большая сплоченность (комьюнити), много площадок с разными направлениями, Привлечение интересных людей»*

*«Масштабностью и насыщенностью программы»*

*«Множество мероприятий, насыщенная программа, интересные авторы»*

## 2. Насколько Фестиваль повлиял на развитие компетенций творческого профессионального сообщества?

### Подвопросы:

1. Насколько институции вовлечены в участие в Фестивале?
2. Какова доля повторных участий профессионального сообщества в сезонах Фестиваля?
3. Что является ценным для участников с точки зрения полезности как для профессионалов?

**Методы:** анализ документов, анкетный онлайн-опрос

**Источник данных:** учетные документы (списки) команды проекта; представители профессионального сообщества сезонов 2018-2023 гг.

### Институции – участники Фестиваля

С каждым годом проведения Фестиваля растет число институций, вовлеченных в Фестиваль (с 32 институций в 2018 году до 53 в 2022 году и до 51 в 2023 году). Эта тенденция заметна в категориях «Бизнес» и «Общественные организации». Основным типом институций на протяжении всего периода оценки являются государственные учреждения. За последние 3 года в Чеховский фестиваль активно начали включаться учреждения дополнительного образования (художественные, музыкальные школы и т.п.), библиотеки и музеи.

Таблица 3 – Сравнение количества и типологии институций за 2018-2023 гг. (в ед.)

Типы институций	Год Фестиваля, г.					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
СМИ (издательские дома, радио и пр.)	3	4	-	3	4	3
Бизнес (гостиницы, кафе, магазины и пр.)	3	4	-	6	7	10
Государственные учреждения, в т.ч.	22	24	-	26	35	28
ВУЗы	1	1	-	1	2	2
ССУЗы	0	1	-	0	1	0
Школы	3	5	-	2	7	4
Детские сады	0	1	-	1	1	2
Учреждения доп. образования	1	0	-	3	3	3
Библиотеки	5	4	-	7	7	4
Молодежные организации	2	2	-	2	2	2
Музеи	4	4	-	5	6	6
Другие культурные учреждения	4	6	-	3	4	3
Другие организации	2	0	-	2	2	2
Общественные организации (НКО, союзы, ассоциации и пр.)	4	5	-	7	7	10
<i>Итого</i>	<i>32</i>	<i>37</i>	<i>-</i>	<i>42</i>	<i>53</i>	<i>51</i>

### Количество участников профессиональных событий Фестиваля

Участниками профессиональной программы Чеховского фестиваля традиционно являются библиотечные работники, студенты, а также работники дошкольных образовательных учреждений (Таблица 4). Как правило, именно

студенты и библиотечные работники повторно становились участниками профессиональной программы Фестиваля от сезона к сезону в 2018-2023 гг. (Таблица 5).

Таблица 4 – Сравнение количества участников профессионального сообщества разных направлений, принявших участие в профессиональной программе Фестиваля в период с 2018 по 2023 гг. (чел.)

Специальность / должность	Год					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
библиотечные работники (библиотекари, заведующие отделами и т.п.)	59	55	-	32	32	43
учащиеся (студенты, школьники)	12	0	-	45	46	0
работники дошкольных учреждений (воспитатели, логопеды, психологи и т.п.)	31	4	-	4	4	18
писатели (драматурги, прозаики, публицисты, поэты)	5	9	-	1	12	6
ученые (филологи, философы, историки, культурологи и т.д.), кандидаты наук	4	10	-	3	6	2
преподаватели ВУЗов (доценты, профессора)	5	8	-	2	2	1
сценаристы, режиссеры, продюсеры	1	4	-	0	3	5
репортеры, корреспонденты, журналисты	2	3	-	0	5	2
актеры	2	2	-	0	2	2
музыканты (певцы, композиторы)	2	2	-	0	1	3
работники школ	4	1	-	1	0	0
переводчики	3	2	-	0	0	0
художники, живописцы, иллюстраторы, графики	1	2	-	0	1	1
ведущие (теле и радио)	0	2	-	0	0	2
литературоведы, критики	0	1	-	0	3	0
редакторы	0	2	-	0	1	1
архитекторы, дизайнеры	0	2	-	0	1	0
краеведы	0	2	-	0	0	0
экспедиторы	1	0	-	0	0	0
другое	1	2	-	5	3	6

Таблица 5 – Сравнение количества участников профессионального сообщества разных направлений, повторно участвующих в профессиональной программе Фестиваля в период с 2018 по 2023 гг. (чел.)

Специальность / должность	Количество посещенных сезонов			
	2	3	4	5
библиотечные работники (библиотекари, заведующие отделами и т.п.)	19	11	5	5
учащиеся (студенты, школьники)	44	0	0	1
работники дошкольных учреждений (воспитатели, логопеды, психологи и т.п.)	5	2	2	0
писатели (драматурги, прозаики, публицисты, поэты)	3	0	0	0
ученые (филологи, философы, историки, культурологи и т.д.), кандидаты наук	2	0	1	0
преподаватели ВУЗов (доценты, профессора)	3	0	1	0
сценаристы, режиссеры, продюсеры	2	0	0	0

Специальность / должность	Количество посещенных сезонов			
	2	3	4	5
ведущие (теле и радио)	1	0	0	0
другое	4	0	0	0

### Динамика участия профессионального сообщества из разных регионов по годам

В основном представители профессионального сообщества Фестиваля являются жителями Ростовской области, преимущественно Таганрога и Ростова-на-Дону. Полученные данные позволяют сделать вывод о том, что для представителей профессионального сообщества из других регионов России Чеховский фестиваль скорее не является привлекательным событием.

Таблица 6 – Сравнение количества представителей профессионального сообщества из разных регионов по годам (чел.) (в 2023 году не указаны города / регионы, в которых проживают участники)

Регион	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ростовская область	113	61	-	84	82	-
Московская область	3	1	-	2	1	-
Воронежская область	2	0	-	0	0	-
Ленинградская область	0	1	-	0	0	-
Челябинская область	0	0	-	1	1	-
Краснодарский край	0	0	-	1	1	-
не указан	0	0	-	0	2	-

### Оценка профессиональной программы Фестиваля

Респонденты высоко оценили профессиональную программу Фестиваля с точки зрения ее полезности. 94% поставили высшие баллы (7-10 баллов), 4% – средние баллы (4-6 баллов), лишь 2% поставили низко оценили полезность программы (1-3 балла).

Диаграмма 3 – Распределение ответов представителей профессионального сообщества на вопрос анкеты «Оцените профессиональную программу, события Фестиваля с точки зрения полезности для Вас (где 1 – самая низкая оценка, 10 – самая высокая оценка)» (в %)

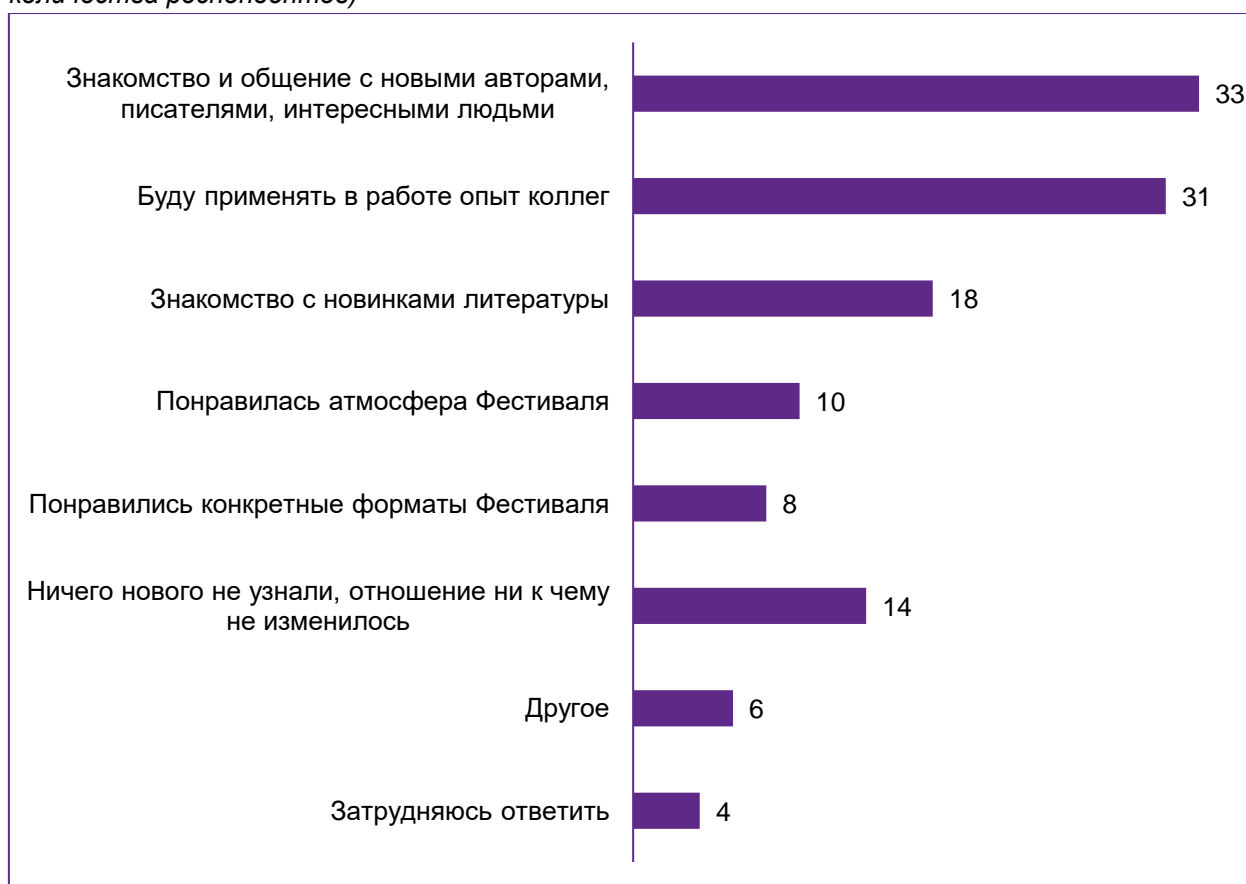


Благодаря участию в Фестивале практически все представители профессионального сообщества узнали что-то новое, полезное для себя.

Треть (33%) благодаря Фестивалю познакомились и пообщались с писателями и другими интересными людьми. Еще треть указали, что будут применять в своей работе опыт коллег (например, использовать новые подходы к привлечению к чтению, новые направления в работе библиотек и т.д.) (31%). 18% представителей профессионального сообщества открыли для себя книжные новинки. 10% респондентов отметили теплую, дружественную атмосферу Фестиваля. Некоторые опрошенные выделили понравившиеся форматы мероприятия (театральные встречи с гостями, «Волшебная почта» и т.д.) (8%).

Вместе с этим 14% представителей профессионального сообщества ничего нового для себя не узнали, еще 4% затруднились дать ответ. Для минимизации этой доли рекомендуется собирать запросы специалистов до проведения Фестиваля и обратную связь непосредственно после его проведения.

Диаграмма 4 – Распределение ответов представителей профессионального сообщества на открытый вопрос анкеты «Что нового Вы узнали на Фестивале? Изменилось ли Ваше отношение к чему-либо в результате посещения? Начали ли Вы что-то делать новое или по-другому?» (в % от количества респондентов)



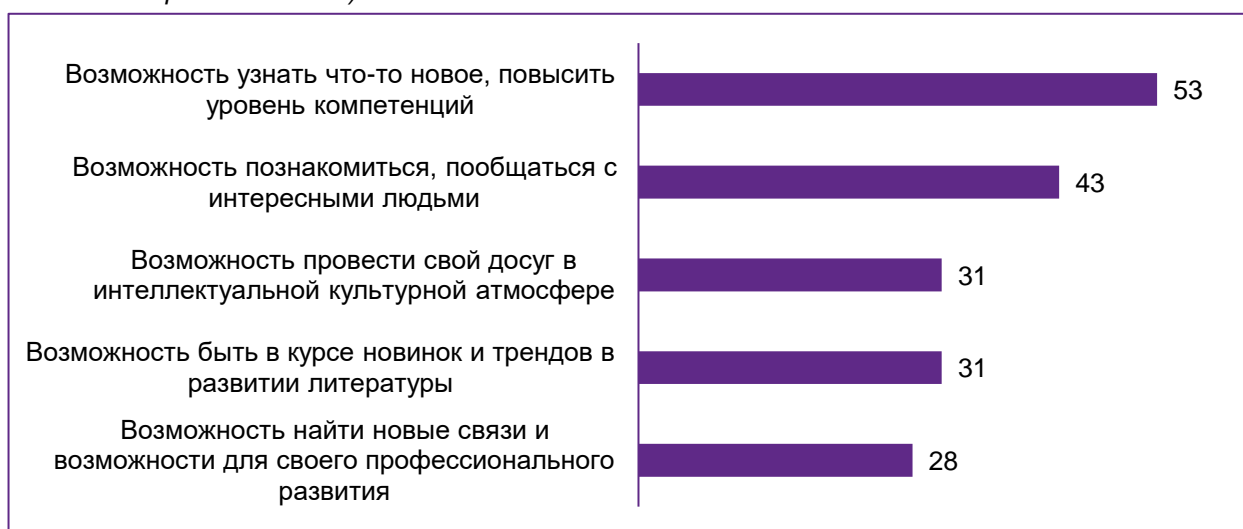
### Наиболее ценное в Фестивале

Для всех без исключения представителей профессионального сообщества, заполнивших анкету, на Фестивале было что-либо ценное.

«Возможность узнать что-то новое, повысить уровень компетенций» - наиболее популярный среди представителей профессионального сообщества

ответ на вопрос «Что для Вас как специалиста является наиболее ценным в Фестивале?», его выбрали 53% респондентов. Для 43% опрошенных самое ценное – это возможность познакомиться, пообщаться с интересными людьми. Треть представителей профессионального сообщества отметили варианты «Возможность провести свой досуг в интеллектуальной культурной атмосфере» (31%) и «Возможность быть в курсе новинок и трендов в развитии литературы» (31%). Практически каждый четвертый ценит «Возможность найти новые связи и возможности для своего профессионального развития» (28%).

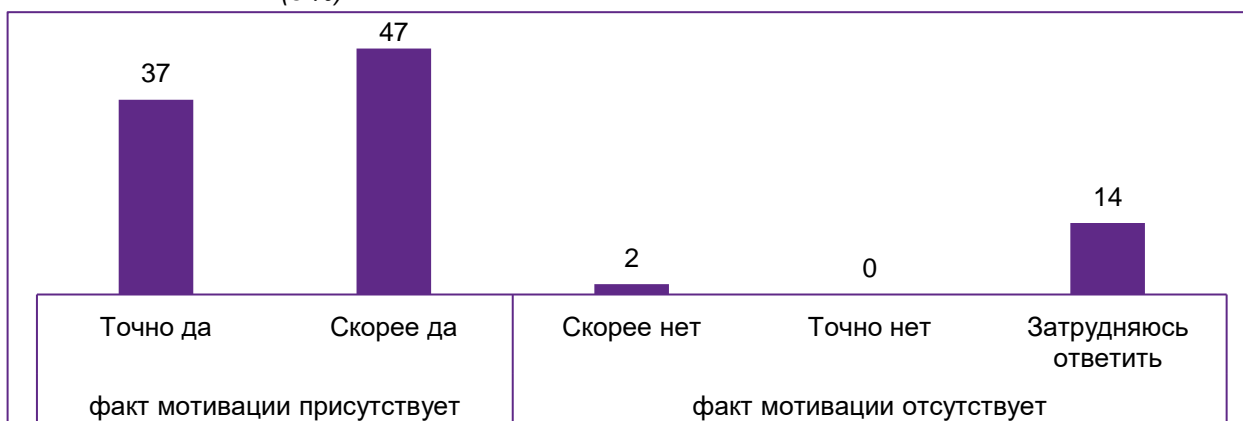
Диаграмма 5 – Распределение ответов представителей профессионального сообщества на вопрос анкеты «Что для Вас как специалиста является наиболее ценным в Фестивале?» (в % от количества респондентов)



### Мотивация представителей профессионального сообщества на дальнейшее профессиональное развитие

Подавляющее большинство представителей профессионального сообщества замотивированы на дальнейшее развитие своих компетенций. 84% респондентов после участия в Фестивале захотели получить новые профессиональные знания или навыки, 14% опрошенных затруднились дать ответ на этот вопрос, лишь 2% выбрали вариант «Скорее нет».

Диаграмма 6 – Распределение ответов представителей профессионального сообщества на вопрос анкеты «После участия в Фестивале захотелось ли Вам получить новые профессиональные знания или навыки?» (в %)



Количественные результаты подтверждаются цитатами представителей профессионального сообщества по поводу причин, по которым бы они посетили Фестиваль в этом году и в будущем:

*«Возможность общения с коллегами, профессиональным сообществом, встречи с писателями, издателями, деятелями культуры».*

*«Как методист с удовольствием узнаю новое в профессии и поделюсь опытом»*

*«Потому что есть реальная возможность проявить себя и получить новые стимулы для творчества».*

*«Это всегда событие наполненное открытиями»*

По мнению представителей профессионального сообщества, Фестиваль положительно влияет на развитие их компетенций. Однако для того, чтобы сделать однозначный вывод о том, что Чеховский книжный фестиваль оказывает положительное влияние на развитие компетенций творческого профессионального сообщества, собранных данных недостаточно. В дальнейшем для повышения уровня доказательности рекомендуется проводить оценку результатов образовательной программы Фестиваля (например, по модели Дональда Киркпатрика), изучать карьерные маршруты профессионалов-участников, а также вести учет их наград и достижений.

### 3. Насколько Фестиваль влияет на развитие туристического бренда города?

#### Подвопросы:

1. Насколько Таганрог воспринимается туристами, как город, связанный с историей литературы или литературными событиями?
2. Насколько Фестиваль является привлекательным событием для туристов?
3. Как Фестиваль и литературная история Таганрога включены в туристические маршруты?
4. Насколько Фестиваль известен и признан в туристической индустрии?

**Методы:** полуструктурированное интервью, анкетный онлайн-опрос, анализ документов, анализ туристических маршрутов по городу, анализ сайтов

**Источники данных:** представители туристического агентства Таганрога, экскурсоводы, представители кафе, ресторанов, гостиниц; команда проекта, стейкхолдеры; зрители Фестиваля сезонов 2018-2023 гг.; представители профессионального сообщества сезонов 2018-2023 гг.; учетные документы (списки) команды проекта; описания туристических маршрутов города; сайты в Интернете.

#### Имидж, бренд Таганрога

Представители туристического бизнеса города Таганрог - участники интервью - уверены, что жители и гости видят город Таганрог как культурно-исторический центр Юга России.

Каждый информант в своем высказывании затрагивает культурную составляющую города:

*«... Таганрог – город, который живёт напряжённой интеллектуальной, культурной, духовной жизнью ...».*

(экскурсовод)

*«... Таганрог – точно самый культурный город Ростовской области, точно культурная столица нашего края».*

(экскурсовод в компании «SUDAKOV TRAVEL»)

*«... Люди ощущают, что они живут в уникальном городе, хранители культурного наследия обязаны делиться лучшим, что есть в Таганроге».*

(владелец арт-ресторана «Шоколад»)

*«... Таганрог – интеллигентный, провинциальный, помимо русского, с греко-итальянским и еврейским наследием, место сосредоточия разных культур и старта многих великих людей».*

(предприниматель, кафе «Фрекен Бок» и гостиница «Ида»)

Главным брендом города считают великого писателя Антона Павловича Чехова:

*«... Таганрог ассоциируется с тем, что это родина Чехова ... Такая ассоциация у жителей и гостей города была, есть, и, скорее всего, будет и в дальнейшем».*

(директор гостиничного комплекса ООО «Темиринда»)

*«Имидж и бренд Таганрога ... часто ассоциируют с его историческим наследием и литературным наследием - именно Антона Павловича Чехова, его театральной культурой ...».*

(исполнительный директор компании «SUDAKOV TRAVEL»)

Другая часть туристического бренда Таганрога – это приморский город с красивыми пейзажами, со старинными каменными зданиями, город неторопливой жизни, как кажется на первый взгляд:

*«... При внешней неторопливости, спокойствии Таганрог – город, который живёт напряжённой интеллектуальной, культурной, духовной жизнью ...».*

(экскурсовод)

*«Имидж и бренд Таганрога ... часто ассоциируют ... с прекрасными морскими видами нашего города. Жители и гости города видят Таганрог, как место, ... где можно насладиться и красотой природы ...».*

(исполнительный директор компании «SUDAKOV TRAVEL»)

*«Я выросла в Таганроге. В детстве искренне думала, что во всех городах так красиво, у всех на улицах такие красивые старинные дома и зеленые деревья, такие дворцы в городе, а оказывается – нет ...».*

(предприниматель, кафе «Фрекен Бок» и гостиница «Ида»)

*«Город с ... красивейшей архитектурой, но обветшавший».*

(директор ООО «ФРЕНДС», ресторана «POINT188»)

Половина информантов упомянули в своих высказываниях то, что проводимый фестиваль играет большую и важную роль в формировании имиджа и бренда Таганрога:

*«... Таганрог ассоциируется с тем, что это родина Чехова, и соответственно, все события, приуроченные к наследию классика, происходящие в городе (а их много), охватывают и спорт, и культуру, и какие-то встречи исторической направленности ...».*

(директор гостиничного комплекса ООО «Темиринда»)

*«Фестиваль создал бренд городу ...».*

(экскурсовод в компании «SUDAKOV TRAVEL»)

*«Благодаря Чеховскому книжному фестивалю этот имидж стал более конкретным, более четким: культурная столица Юга России. Чехов, Раневская, Чеховский книжный фестиваль чаще звучат в устах жителей ...».*

(владелец арт-ресторана «Шоколад»)

## **Влияние Фестиваля на бренд, имидж Таганрога**

По мнению представителей туристического агентства Таганрога, представителей кафе, ресторанов, гостиниц, принявших участие в интервью, Чеховский книжный фестиваль оказывает значимое положительное влияние на формирование туристического имиджа, бренда города, представляя его как центр литературной культуры и исторического наследия. Нельзя забывать, что интервью

дает только качественные данные, не предоставляет количественных оценок, таким образом, сделанный вывод не может быть распространен на всю совокупность представителей туристических организаций города. Вместе с этим, литературная история города плотно вписана в деятельность туристического бизнеса, участникам оценки было сложно выделить влияние именно Фестиваля, они говорили об уже сложившемся бренде города.

Интервьюируемые говорят, что Фестиваль придает Таганрогу туристическую привлекательность, ежегодно в город приезжают гости, чтобы насладиться атмосферой, посетить различные мероприятия, связанные с творчеством А.П. Чехова:

*«Это событийный туризм, и он привлекает множество гостей, которые обычно читают книги и ходят в театр. Город готовится к этому – все украшается, работает около 40 различных площадок, в том числе в детских больницах, школьных учебных заведениях, в вузах и в детсадах ...».*

(предприниматель, кафе «Фрекен Бок» и гостиница «Ида»)

*«Событие с большой буквы — это очень позитивно для города, для его развития, его туристической сферы. ... Чеховский книжный фестиваль занимает почетное место среди большого числа событий, которые происходили и будут происходить в городе».*

(директор гостиничного комплекса «Темиринда»)

*«О Таганроге узнают благодаря фестивалю в том числе, сюда хотят приезжать и это уже замечательно! Нам нужны такие мероприятия для города, тем более мы неуклонно, но верно становимся туристическим центром Дона и Приазовья. ...».*

(экскурсовод в компании «SUDAKOV TRAVEL»)

*«Жители ... приглашают в город своих друзей на Чеховский книжный фестиваль».*

(владелец арт-ресторана «Шоколад»)

*«... участие в фестивале помогает укрепить репутацию города, как привлекательного туристического направления. Это, конечно же, способствует увеличению числа посетителей Таганрога ...».*

(исполнительный директор компании «SUDAKOV TRAVEL»)

Помимо того, что Фестиваль привлекает туристов, он еще и формирует у жителей гордость за свой город и историю:

*«Жители стали ощущать себя более ценными, будто нашли свое место на планете Земля, больше ценить и уважать свой город, и это заметно, я же общаюсь с людьми разного возраста и вижу, с каким теплом и любовью люди говорят о Таганроге ...».*

(владелец арт-ресторана «Шоколад»)

Сами зрители испытывают гордость за то, что Фестиваль проходит в их городе, является известным событием в сфере культуры, проводится в Таганроге на протяжении долгих лет:

*«Долголетие. Узнаваемый бренд ...».*

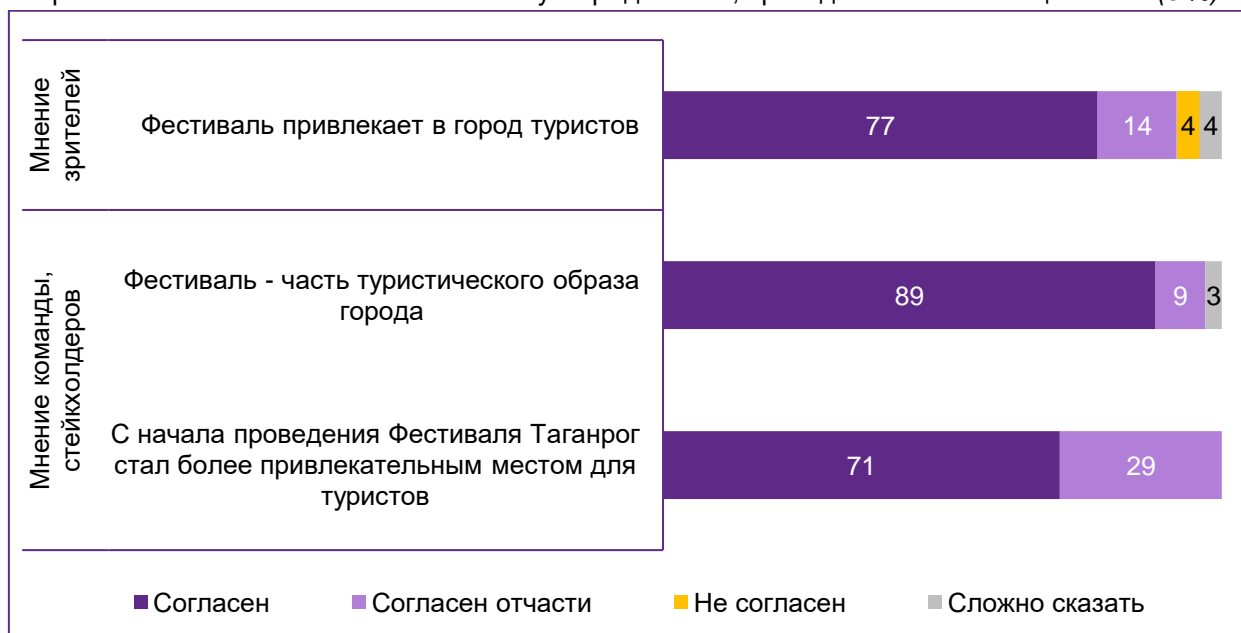
*«О нашем городе многие узнают благодаря фестивалю ...»*

*«Фестиваль победитель Всероссийского конкурса, нанесен на туристическую карту России, проводился 16 раз».*

*«Фестиваль стал настоящим Именем в культуре страны ...».*

Мнение представителей туристического агентства Таганрога, представителей кафе, ресторанов, гостиниц, принявших участие в интервью, подтверждаются количественными оценками зрителей и членов команды проекта, стейкхолдеров. По мнению 91% зрителей, Фестиваль привлекает в город туристов. Все члены команды, стейкхолдеры, заполнившие анкету, согласились с тем, что с начала проведения Фестиваля Таганрог стал более привлекательным местом для туристов, 98% считают, что Фестиваль – часть туристического образа города.

Диаграмма 7 – Распределение ответов зрителей Фестиваля и членов команды, стейкхолдеров на вопрос анкеты «Насколько Вы согласны с утверждениями, приведенными в таблице ниже» (в %)



Представители профессионального сообщества тоже считают, что Чеховский книжный фестиваль повышает туристическую привлекательность Таганрога:

*«Литературный фестиваль-визитная карточка ЮФО и СКО. Других подобных нет»*

*«Повышение туристического интереса к городу ...»*

*«Полученные гранты. О Фестивале знают не только в России, но и за её пределами»*

*«Созданный бренд, привлечение туристов ...»*

На основе собранных данных можно сделать следующий вывод: по мнению всех групп респондентов (зрителей, членов команды и стейкхолдеров, представителей профессионального сообщества, представителей туристических организаций Таганрога), Чеховский книжный фестиваль способствует привлечению туристов в Таганрог. Однако для того, чтобы сделать однозначный вывод о том, что Фестиваль привлекает в город туристов, полученных данных недостаточно. Необходимо считать количество туристов не только в дни проведения Фестиваля, но и в другие, «обычные» дни. Подобная информация в дальнейшем могла бы послужить дополнительным источником доказательной базы этого результата.

Кроме того, для повышения уровня доказательности того, что Фестиваль является для туристов привлекательным событием, а Таганрог воспринимается ими как город, связанный с историей литературы или литературными событиями, рекомендуется проводить опрос среди гостей города. Вместе с этим, дополнительные данные можно получить, проводя интервьюирование представителей туристических агентств других городов, которые имеют в своем пакете услуг культурно-интеллектуальные туры по стране.

### **Включение Фестиваля и литературной истории Таганрога в туристические маршруты**

Анализ туристических маршрутов по Таганрогу позволяет сделать вывод о том, что Фестиваль усиливает существующие маршруты, наполняя их местами и фактами. Туристические маршруты по Таганрогу включают достопримечательности, которые имеют отношение к литературной истории. Места литературной истории, связанные с именем А.П. Чехова, являются площадками для проведения Чеховского книжного фестиваля (Таблица 7). Все они высоко оценены посетителями.

Таблица 7 – Рейтинг мест литературной истории, включенных в туристические маршруты

Место	Достопримечательность	Средняя оценка в Google
1	Таганрогский театр им. Чехова	4,9
2	Литературный музей А.П. Чехова	4,8
3	Лавка Чеховых	4,7
4	Парк им. Горького	4,6
5	Домик А.П. Чехова	4,5
6	Дворец «Алфераки»	4,3

Релевантная информация о Фестивале размещена на официальном портале города Таганрога. Информация о данном мероприятии на сайтах первой страницы поиска по запросу «Почему стоит посетить Таганрог» отсутствует. Однако практически на каждом из этих сайтов присутствует литературная история, информация о значимых местах, достопримечательностях («Лавка Чеховых», «Домик Чехова», Таганрогский драматический театр имени А.П. Чехова, Литературный музей А.П. Чехова).

Таким образом, Фестиваль включен в туристический бренд города, туристические маршруты по Таганрогу охватывают достопримечательности,

имеющие связь с литературной историей города, а также эти объекты высоко оцениваются жителями и гостями.

Опыт Чеховского фестиваля интересен и транслирован в туристической индустрии как на региональном, так и на федеральном уровнях.

Члены команды Чеховского книжного фестиваля получили за период с 2018 по 2023 гг. 5 наград, а также приняли участие в 5 мероприятиях в качестве докладчиков ([Приложение 8](#)).

Все представители туристического агентства Таганрога, представители кафе, ресторанов, гостиниц, принявшие участие в интервью, перечислили темы и форматы Чеховского фестиваля, которые наиболее важны для развития их организаций.

Половина респондентов ответили, что для развития их организаций в сфере туризма, для привлечения туристов, посетителей важны все темы и форматы Фестиваля:

*«Все темы, что касается культурного наследия уроженцев Таганрога, или судеб авторов, связанных с нашим городом. Туристов привлекают самые разные форматы».*

(экскурсовод)

*«... Мы обычно активно привлекаем внимание к темам, связанным с литературным, культурным наследием города. Таким, как история Таганрога, жизнь и творчество Антона Павловича Чехова ...».*

(исполнительный директор компании «SUDAKOV TRAVEL»)

*«... важны все литературные, театральные, фестивали кинофильмов, ярмарки, выставки, исторические реконструкции - всё что угодно. Всё будет интересно ...».*

(директор гостиничного комплекса ООО «Темиринда»)

*«Абсолютно все его темы и форматы ...».*

(владелец арт-ресторана «Шоколад»)

*«Фестиваль во всем своем объеме является привлекательным для туристов».*

(предприниматель, кафе «Фрекен Бок» и гостиница «Ида»)

Один информант назвал конкретные форматы Чеховского фестиваля без указания тем:

*«Мастер-классы, завтраки, ужины».*

(директор ООО «ФРЕНДС», ресторана «POINT188»)

Прозвучало одно предложение: добавить в программу Фестиваля экскурсии, отличающиеся по содержанию для жителей и гостей и города:

*«... Считаю, что в канву фестиваля надо обязательно вставить экскурсии для гостей города и для жителей. Для гостей – обзорные, с акцентом на литературные традиции города, а для горожан – знакомство с литературными уголками города, с писателями, побывавшими в Таганроге. Это было и ново, и интересно ...».*

(экскурсовод в компании «SUDAKOV TRAVEL»)

## Влияние Фестиваля на изменения в работе организаций-партнеров

С момента проведения в Таганроге Чеховского книжного фестиваля представители туристического агентства «SUDAKOV TRAVEL», экскурсоводы, представители кафе, ресторанов, гостиниц города, принявшие участие в интервью, заметили изменения в своей работе и работе своих организаций.

Экскурсоводам участие в Фестивале дало новую информацию, которую можно рассказывать туристам на экскурсиях:

*«В моей работе после проведения фестиваля появились дополнительные сведения к краеведческому материалу».*

(экскурсовод)

*«... появились новые идеи экскурсий ...».*

(экскурсовод в компании «SUDAKOV TRAVEL»)

*«Появились новые интересные наработки, дополнительная информация о таганрогских авторах, мы это используем в новых экскурсиях».*

(исполнительный директор компании «SUDAKOV TRAVEL»)

Также Фестиваль подарил сотрудникам организации общение с интересными людьми, вдохновение, то есть послужил некой мотивацией труда:

*«... Работая в Темиринде и принимая разные группы, участвуя в проведении различных мероприятий, я заметила: разные коллективы имеют определенные общие для всей группы черты. ... Литераторы - особенные люди. С особенными одухотворенностью, интеллектуальной и творческой направленностью. И это вдохновляет. Что для нас поменялось после общения с такими людьми? Мотивация коллектива — это новизна. ... мотивацией, поводом для вдохновения является встреча с интересными творческими людьми, которые чем-то новым тебя наполняют. Увы, материальная часть мотивации для персонала не выполняет своих функций настолько, насколько, может быть, нам хотелось бы. Люди устроены сложнее, и важная требуемая составляющая нашей жизни – чтобы нам было интересно. Чтобы хотелось приходить на работу, производить хороший сервис. И новизна, пожалуй, тот вклад, что вносят в работу отеля наши гости, туристы, посетившие Таганрог. А уж если это писатели, так тем более».*

(директор гостиничного комплекса ООО «Темиринда»)

*«Мои сотрудники и коллеги зарядились этой атмосферой вдохновения ... В период до, во время и после фестиваля, порядка 2-х месяцев атмосферы приготовлений, самого проведения и последующего послевкусия я видела: мои сотрудники вдохновлены, и это повлияло на их работу с гостями и позже, на протяжении всего года. ...».*

(владелец арт-ресторана «Шоколад»)

Для одного из респондентов участие в Фестивале дало новых знакомых, более тесное взаимодействие с библиотеками Таганрога:

*«Лично для меня теснее стали связи с библиотеками города, расширились горизонты ... Появились новые хорошие знакомые, и это просто здорово! ...».*

(экскурсовод в компании «SUDAKOV TRAVEL»)

Фестиваль поспособствовал укреплению имиджа арт-ресторана, по мнению его владельца:

*«... Укрепился имидж ресторана, как культурного заведения, арт-площадки ...»*  
(владелец арт-ресторана «Шоколад»)

Один из респондентов отметил, что благодаря Фестивалю появились позитивные отзывы об организации.

*«Появилось много приятных отзывов о нашей выпечке».*  
(директор ООО «ФРЕНДС», ресторана «POINT188»)

По мнению лишь одного информанта, Фестиваль никак не повлиял на работу организации:

*«В моей организации ничего не поменялось. Мы всех гостей принимаем с большим вниманием в любой день года».*  
(предприниматель, кафе «Фрекен Бок» и гостиница «Ида»)

### **Информация о Фестивале, размещаемая организациями-партнерами в своих источниках**

Для привлечения туристов в город важно не только проводить Фестиваль, насыщать информационное поле новостями о Фестивале в период его подготовки и проведения (только 1-2 месяца в году), но и отображать информацию о нем на информационных каналах, которая доступна интересующимся круглогодично. В ходе интервью практически все представители туристического агентства «SUDAKOV TRAVEL», экскурсоводы, представители кафе, ресторанов, гостиниц г. Таганрога, принявшие участие в интервью, отмечали, что они размещают в своих источниках самую разную информацию о Чеховском литературном фестивале.

Это информация о самом Фестивале, его истории:

*«В рекламные материалы, в буклеты, на сайтах, в социальных сетях туристических маршрутов наша компания включает информацию о Чеховском книжном фестивале, выделяя его, как одно из ключевых событий нашего города ...».*  
(исполнительный директор компании «SUDAKOV TRAVEL»)

Сведения о роли своей организации в Фестивале:

*«Во время подготовки и работы фестиваля я создала несколько страниц в соцсетях, где подробно и визуально, и эмоционально рассказывала о его событиях и о позитивной роли ресторана «Шоколад» в данном контексте».*  
(владелец арт-ресторана «Шоколад»)

Автографы писателей и других интересных личностей, книги, фотографии, полученные на Фестивале:

*«На сайте кафе «Фрекен Бок» представлены теплые отзывы именитых гостей Чеховского книжного фестиваля, их автографы, памятные подарки – книги, есть и история с фотографиями - «Тайная Вечеря» с Гарри Бардиным, и фотографии со*

*встречи с Михаилом Ясновым. В кафе есть специальная полка с книгами, подписанная для нас их авторами».*

(предприниматель, кафе «Фрекен Бок» и гостиница «Ида»)

Один информант указал, что готов размещать и размещает любую информацию о Чеховском фестивале в любом доступном формате:

*«Кросс-маркетинг, я считаю, такое направление маркетинга, которым надо, не раздумывая, заниматься – просто делать. И на практике мы всегда открыты к информационному сопровождению вообще всех проектов, которые не являются для нас конкурирующими, как например, предприятия сферы общепита. Всё остальное, а уж тем более, культурные мероприятия города - в первую очередь, мы готовы продвигать в том объеме, в котором информацию готов поставлять их главный организатор. Любые раздаточные материалы, любая информация в цифровом формате для интернет-продвижения: всё, что есть, мы пускаем в оборот, доводим до нашего потребителя в любой форме, которая доступна. Во все годы, в прошлом, настоящем и будущем - это то, что в политике нашего предприятия является неизменным».*

(директор гостиничного комплекса ООО «Темиринда»)

Только два участника интервью сказали, что нигде не размещали информацию о Фестивале:

*«Не включалась».*

(директор ООО «ФРЕНДС», ресторана «POINT188»)

*«Не включена».*

(экскурсовод)

#### 4. Насколько результативно реализован проект при поддержке Президентского фонда культурных инициатив?

##### Подвопросы:

1. Насколько достигнута цель проекта? А именно: насколько Фестиваль способствует обогащению культурной жизни города, формирует у жителей гордость за свою территорию и историю, помогает развиваться творческим людям и профессионалам в области литературы и культуры, содействует привлечению туристов в Таганрог?
2. Насколько ключевой результат проекта (соответствующий поставленной цели) устойчив?
3. Насколько проект отвечает ожиданиям ключевых заинтересованных сторон?
4. Насколько дизайн проекта и механизм реализации способствовали достижению заявленной цели?

**Методы:** анализ документов, анкетный онлайн-опрос

**Источники данных:** заявка и отчеты о реализации проекта для ПФКИ (1 и 2 этапы); команда проекта, стейкхолдеры; представители профессионального сообщества сезонов 2018-2023 гг.; зрители Фестиваля сезонов 2018-2023 гг.; отзывы участников Фестиваля в социальной сети Facebook.

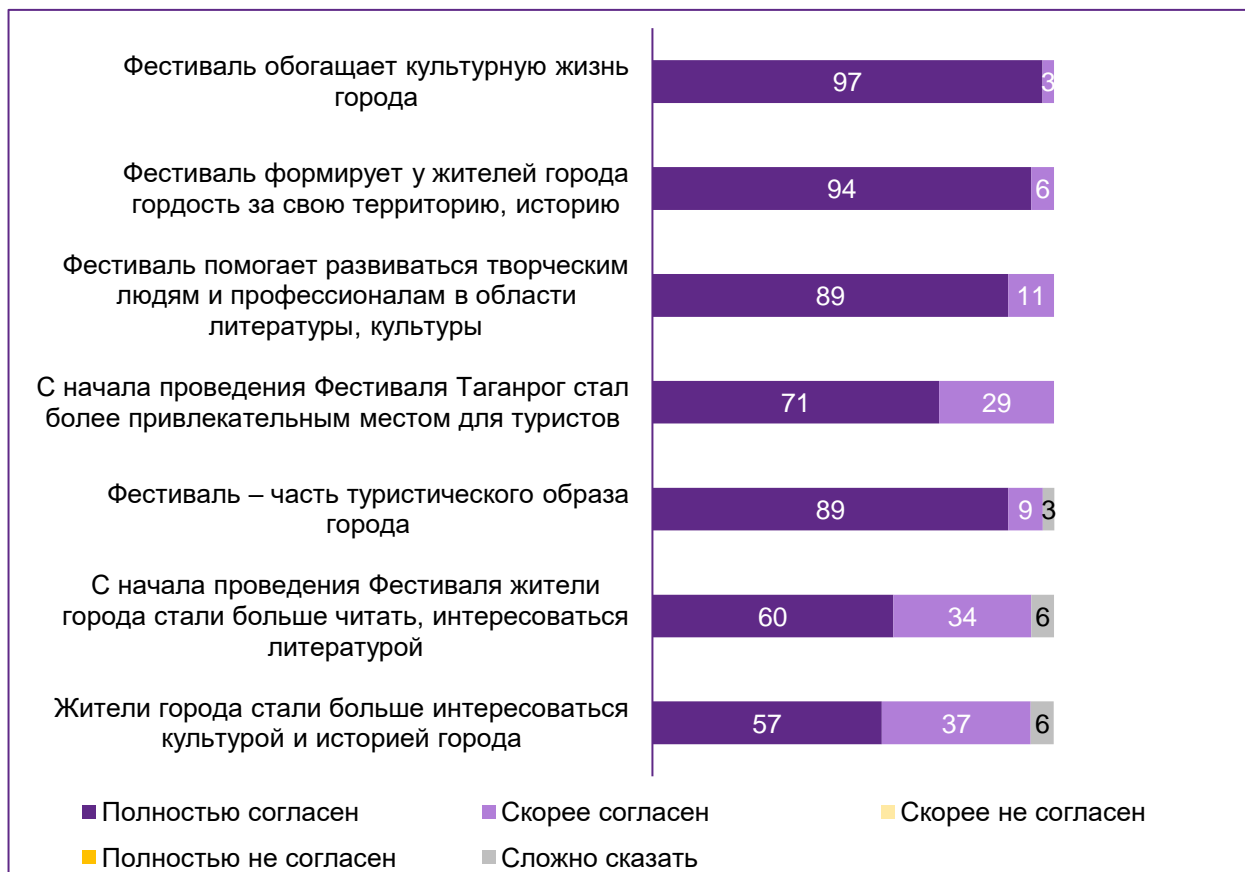
##### Достигнутые цели проекта «Чеховский книжный фестиваль»

В ходе анализа проектной документации выявлено, что цели проекта «Чеховский книжный фестиваль» достигнуты; заявленные и достигнутые цели всех уровней совпадают более чем на 75% ([Приложение 9](#)). Ключевой вклад грантовой поддержки Президентского фонда культурных инициатив, при использовании которой был проведен 15-й Чеховский книжный фестиваль, состоит в частичной экономии средств Управления культуры г. Таганрога на проведение Фестиваля.

Цели проекта «Чеховский книжный фестиваль», по мнению большинства членов команды и стейкхолдеров, достигнуты. Все члены команды проекта и стейкхолдеры, принявшие участие в онлайн-опросе, в той или иной степени согласны с тем, что Фестиваль способствует обогащению культурной жизни города, формирует у жителей гордость за свою территорию и историю, помогает развиваться творческим людям и профессионалам в области литературы и культуры, содействует привлечению туристов в Таганрог.

Члены команды проекта, отвечая на вопросы анкеты, транслировали свои мнения, которые только косвенно могут отражать реальные оценки зрителей и посетителей Фестиваля из других регионов. В связи с этим, на три следующих утверждения часть респондентов затруднились дать ответ, поэтому доли считающих, что цели проекта достигнуты, несколько ниже: «Фестиваль – часть туристического образа города», «С начала проведения Фестиваля жители города стали больше читать, интересоваться литературой», «Жители города стали больше интересоваться культурой и историей города».

Диаграмма 8 – Распределение ответов членов команды и стейкхолдеров Фестиваля на вопросы анкеты «Насколько Вы согласны с утверждениями, приведенными в таблице ниже?» (в %)



### Устойчивость ключевого результата проекта

Ключевой результат проекта «Чеховский книжный фестиваль» можно считать устойчивым. В рамках разработанной методологии оценки результат считается устойчивым, если более 50% зрителей и представителей профессионального сообщества принимали участие в Фестивале 2 и более раз, у представителей профессионального сообщества выявлены факты мотивации для продолжения наращивания компетенций после Фестиваля, у зрителей высокие оценки возможностей проведения культурного досуга в городе.

Более 50% зрителей и представителей профессионального сообщества принимали участие в Фестивале 2 раза и более (58% и 63% соответственно) (Диаграмма 9). Как уже было указано выше, подавляющее большинство представителей профессионального сообщества замотивированы на дальнейшее развитие своих компетенций (84%), 97% зрителей Фестиваля считают, что Чеховский книжный фестиваль позволяет провести досуг не только культурно, но и интеллектуально.

Диаграмма 9 – Распределение зрителей и представителей профессионального сообщества по количеству посещенных ими сезонов Фестиваля в период с 2018 по 2023 гг. (в %)



В ходе анализа была выявлена взаимосвязь между количеством сезонов, посещенных зрителями в период с 2018 по 2023 гг., и частотой посещения ими культурных мест и событий. Чем больше сезонов Чеховского фестиваля посетил респондент, тем чаще он посещает какие-либо культурные места и события. Например, зрители, выбравшие 0 сезонов, реже остальных посещают культурные места и события, тогда как зрители, выбравшие все 6 сезонов, наоборот, чаще других посещают такие места и события. Данный факт является некоторым подтверждением устойчивости результата: регулярные посетители Фестиваля видят (и посещают) больше возможностей проведения культурного досуга в городе.

Таблица 8 – Распределение ответов зрителей на вопрос анкеты «Как часто Вы обычно посещаете культурные места и события (концерты, выставки и пр.)?» в зависимости от количества посещенных ими сезонов в период с 2018 по 2023 гг. (в %)

Вариант ответа	В целом по выборке	Количество сезонов Фестиваля, посещенных респондентами в период с 2018 по 2023 гг.						
		0	1	2	3	4	5	6
Почти каждую неделю	8	5	8	0	0	6	10	14
Несколько раз в месяц	18	10	19	27	13	11	10	24
Раз в месяц	20	10	15	23	25	17	20	30
Раз в несколько месяцев	30	33	32	41	25	50	40	18
1-2 раза в год	23	40	26	9	38	17	20	14
Никогда	1	3	0	0	0	0	0	0

В отзывах участников в социальной сети Facebook содержится следующая информация: эмоциональное состояние (радость, восторг и т.п.); ощущение гордости за г. Таганрог, его культуру и историю; в Таганроге есть возможность культурно, интеллектуально провести выходные дни; Фестиваль дает творческое взаимодействие, мотивацию для развития, способствует обмену опытом между участниками:

*«Ответственность за свой город, за прием гостей)»*

*«Культура, встреча с интересными людьми, красивый парк, улыбки людей и Радость!»*

*«Ощущение праздника!»*

*«Яркий праздник, который Таганрог дарит региону»*

*«Писатель лицом к лицу с читателем. Творческое взаимодействие, всплеск».*

*«Привлечение, вовлечение, мотивация!»*

*«Для меня радость и честь быть частью такого прекрасного мероприятия! Новые знакомства, очень интересные мероприятия, живые встречи. Праздник и для взрослых и для детей! Прекрасная возможность провести время с семьей не просто гуляя, а с интересом ...»*

*«Красивый, интеллигентный и интеллектуальный уикенд: море, тепло, литература, книги, музыка. Что-то салонное, но на открытом воздухе. Не суетливо-массовое, а взвешенное, нацеленное на восприятие и общение»*

*«Творческие встречи, общение, обмен опытом, приятные эмоции)»*

*«Приятное ощущение причастности к высокой культуре. Гордость. Ответственность за отличные впечатления гостей».*

*«Интересная, живая, творческая атмосфера! Связь традиций и современной жизни! Праздник жизни! Мост, связывающий историю и современность, культуру страны и Таганрога!»*

В целом, по мнению трех групп респондентов (членов команды и стейкхолдеров, представителей профессионального сообщества и зрителей), был составлен рейтинг результатов, которыми может гордиться команда Фестиваля (Схема 1). Данный рейтинг подтверждает устойчивость результатов проекта.

Ниже приведены цитаты респондентов относительно того, чем могут гордиться члены команды Фестиваля.

*«Доступность, разнообразие площадок, душевность, колоритность, объединенность общей темой. Пожелание организаторам фестиваля: Так держать!»*

*«Национальная премия в области событийного туризма Russian Event Awards 2022 и 2016 годов ( 1 место,2 место, финалист), грант ПФКИ»*

*«Расширение круга участников. Выход фестиваля на общероссийский уровень»*

*«повышение туристической привлекательности города, возможность продемонстрировать культурный потенциал»*

*«Фестиваль изменил в лучшую сторону культурную жизнь города, многие артисты, писатели, поэты с удовольствием приезжают в наш город, а местные жители проводят прекрасно время, знакомясь с новинками литературы и лично с творческими людьми».*

Схема 1 – Рейтинг ответов членов команды, стейкхолдеров, представителей профессионального сообщества, зрителей на открытый вопрос анкеты «Какими результатами, по Вашему мнению, может гордиться команда Фестиваля на сегодняшний день?»<sup>1</sup>

Кластер	Команда, стейкхолдеры	Проф. сообщество	Зрители
Разнообразие площадок, насыщенная программа			
Фестиваль пробуждает в участниках интерес к чтению, литературе, приобщает к культуре и истории			
Признания, премии на региональном, всероссийском, международном уровнях			
Высокий уровень организации			
Большое количество участников			
Фестиваль привлекает в город туристов, является визитной карточкой Таганрога			
Известные приглашенные гости			
Фестиваль имеет большую историю			
Фестиваль дает мотивацию для развития			
Приятная атмосфера			

Для повышения уровня доказательности успешной реализации проекта рекомендуется проводить ретроспективный анализ проекта, его истории, сравнение уровней влияния подобных культурных проектов.

<sup>1</sup> Градиент отражает частоту упоминаний того или иного результата Фестиваля, которым может гордиться команда. Значения шкалы градиента: темно-фиолетовый – каждый 4-5 респондент, средне-фиолетовый – каждый 6-8 респондент, светло-фиолетовый – каждый 14-16 респондент, белый – ни один из респондентов.

## Ожидания ключевых заинтересованных сторон

Проект отвечает ожиданиям практически всех ключевых заинтересованных сторон. У 91% респондентов ожидания выполнены, у 9% - не выполнены.

Диаграмма 10 – Распределение ответов членов команды и стейкхолдеров на вопрос анкеты «Оцените, насколько Фестиваль в целом соответствует Вашим ожиданиям» (в %)



Мы можем лишь предположить, что не устроило 9% респондентов, почему Чеховский фестиваль оказался скромнее их ожиданий.

Они считают необходимым:

1. Организовывать большее количество интересных площадок для большего числа участников (в том числе для молодежи),
2. Сделать доступнее книги современных авторов в библиотеках Таганрога,
3. Привлекать творческих добровольцев, которые были бы готовы сами проводить свои мероприятия.

Таблица 9 – Ответы членов команды и стейкхолдеров, выбравших вариант «Фестиваль скромнее моих ожиданий», на открытый вопрос анкеты «Если Вы ответили ДА на предыдущий вопрос, то напишите, что конкретно нужно поменять в Фестивале»

<i>Сделать больше интересных и доступных каждому (массовых) локаций</i>
<i>уделить больше внимания на привлечение молодежи, организации молодежных площадок в удобном и интересном для них формате</i>

Таблица 10 – Ответы членов команды и стейкхолдеров, выбравших вариант «Фестиваль скромнее моих ожиданий», на открытый вопрос анкеты «Что, на Ваш взгляд, могло бы сделать Фестиваль в целом и его результаты более эффективным и устойчивым?»

<i>Пополнение библиотек книгами современных авторов в достаточном количестве</i>
<i>Привлечение добровольцев из числа творческих людей, которые могли бы также провести свои мероприятия.</i>

## Дизайн проекта и механизмы реализации

В целом задействованные организаторами механизмы информирования о Чеховском книжном фестивале пользовались популярностью среди всех групп респондентов, а значит, способствовали достижению заявленной цели проекта.

Первое место в этом рейтинге занимает канал «организаторы Фестиваля» (45%), второе место разделили между собой два канала – «социальные сети» и «друзья, коллеги, знакомые» (38%), третье место принадлежит такому каналу, как «афиша, плакаты в городе» (23%). Самым непопулярным механизмом информирования о Фестивале являются туристические фирмы, данный вариант выбрали лишь 1% опрошенных.

Наиболее информативные каналы продвижения информации о Фестивале для членов команды и стейкхолдеров: 1. Организаторы Фестиваля (69%), 2. Социальные сети (40%), 3. Афиша плакаты в городе (20%).

Наиболее информативные каналы продвижения информации о Фестивале для представителей профессионального сообщества: 1. Организаторы Фестиваля (63%), 2. Социальные сети (31%), 3. Интернет (22%).

Наиболее информативные каналы продвижения информации о Фестивале для зрителей: 1. Друзья, коллеги, знакомые (47%), 2. Социальные сети (39%), 3. Организаторы Фестиваля (37%).

Диаграмма 11 – Распределения ответов членов команды, стейкхолдеров, профессионального сообщества и зрителей Фестиваля на вопрос анкеты «Откуда Вы обычно узнаете о Фестивале, его событиях и площадках?» (в % от количества респондентов)



В целом члены команды и стейкхолдеры, которые заполнили анкету, считают, что в организации и проведении Фестиваля не нужны какие-либо изменения. Треть респондентов указали, что нужно внести какие-либо изменения в Фестиваль с точки зрения его организации и проведения (29%).

Диаграмма 12 – Распределение ответов членов команды и стейкхолдеров Фестиваля на вопрос анкеты «Как Вы считаете, нужно или нет что-либо изменить в организации и проведении Фестиваля?» (в %)



10 человек (29%) сформулировали рекомендации, касающиеся изменений в организации и проведении Фестиваля (Таблица 11). В комментариях опрошенные написали, что для увеличения участников Фестиваля нужно проводить различные мероприятия в разных районах Таганрога, проводить больше интересных мероприятий. Кроме того, по мнению респондентов, необходимо особое внимание уделять информированности жителей и гостей города о Фестивале, расширять взаимодействие с партнерами и пр.

Таблица 11 – Ответы членов команды и стейкхолдеров Фестиваля на открытый вопрос анкеты «Если Вы ответили ДА на предыдущий вопрос, то напишите, что конкретно нужно поменять в Фестивале»

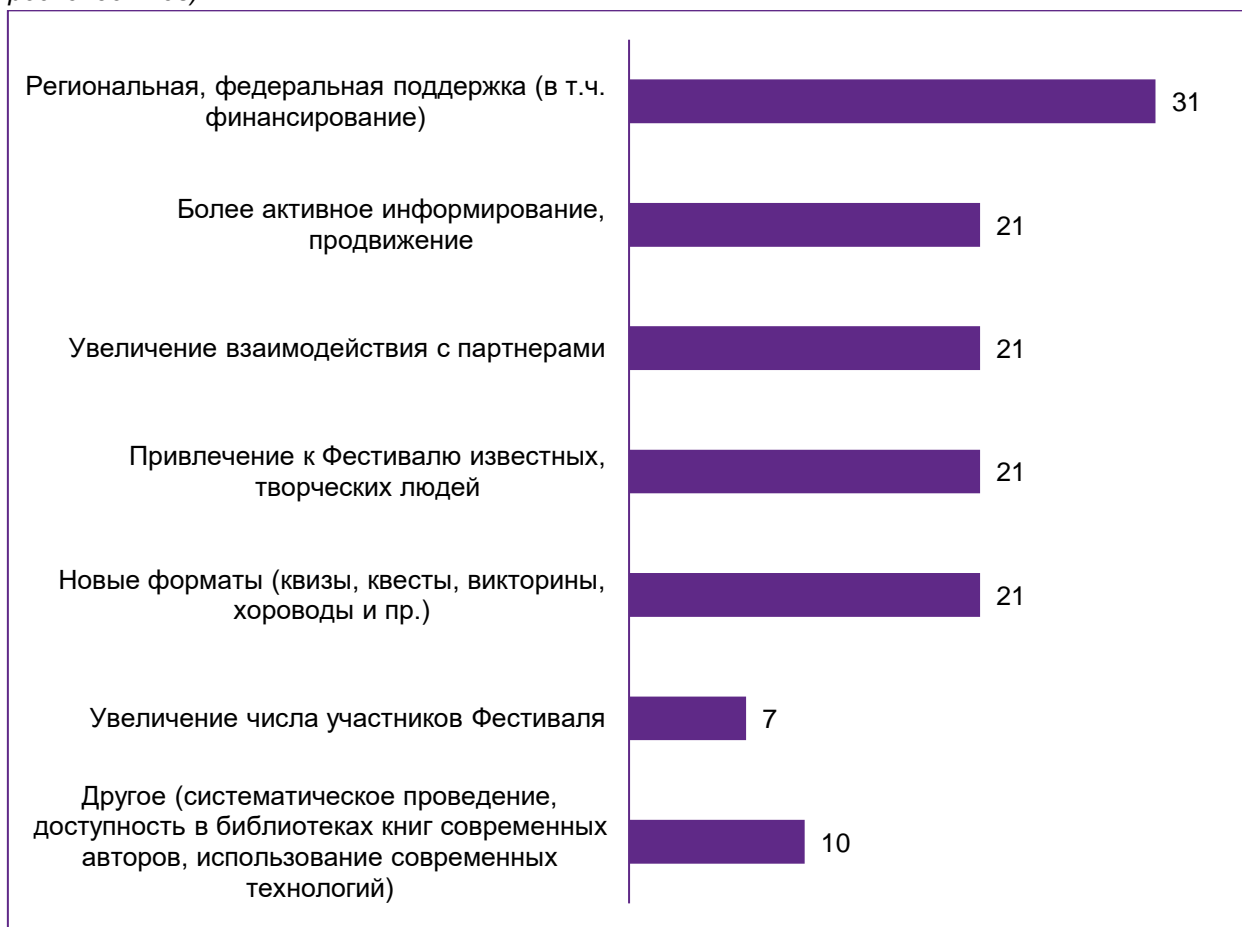
<i>Проводить в разных местах города разные мероприятия для большего охвата населения.</i>
<i>Привлекать много волонтеров, которые помогут популяризовать идеи фестиваля</i>
<i>уделить больше внимания на привлечение молодежи, организации молодежных площадок в удобном и интересном для них формате</i>
<i>Сделать больше интересных и доступных каждому (массовых) локаций</i>
<i>Больше открытых площадок, может быть все перенести в парк или на набережную, мероприятия проводить как марафон, в режиме нон-стоп</i>
<i>19 апреля сегодня, а о предстоящем 17-м Чеховбукфесте ни я, ни коллеги, ни друзья нигде не можем найти официальную информацию, это нервирует как минимум, потому что приглашаем для участия в книжном фестивале участников из других городов, работы планировалось отправлять почтой, даты не определены... .... Кто-то занимается организацией?<sup>2</sup></i>
<i>Расширить анонс мероприятий</i>
<i>Больше привлекать известные российские книжные издательства</i>
<i>Усилить поддержку региональной и муниципальной власти</i>
<i>Сделать его международным</i>
<i>создать команду фестиваля в рамках НКО</i>

Практически все члены команды и стейкхолдеры, принявшие участие в опросе, сформулировали свои идеи, предложения относительно того, как сделать Фестиваль и его результаты более эффективными и устойчивыми.

<sup>2</sup> Объектом оценки являются сезоны 2018 – 2023 гг. Фестиваля. В 2024 году сменился руководитель проекта, в связи с чем формат Фестиваля и способы его продвижения претерпели изменения. Данный комментарий относится к сезону 2024 года, таким образом данное мы не учитываем.

Всего свои комментарии оставили 29 человек, дано 38 реплик. 31% респондентов считают, что проекту «Чеховский книжный фестиваль» нужна поддержка властей как на региональном, так и на федеральном уровнях. Кроме того, по мнению членов команды и стейкхолдеров, следует: 1. Больше внимания уделять информированию жителей, гостей города о Фестивале, его событиях, использовать больше разнообразных механизмов продвижения (21%), 2. Расширить партнерские связи (21%), 3. Привлекать к участию в Фестивале известных творческих личностей (писателей, поэтов, актеров и т.п.) (21%), 4. Добавить в программу новые форматы (21%).

Диаграмма 13 – Распределение ответы членов команды и стейкхолдеров Фестиваля на открытый вопрос анкеты «Что, на Ваш взгляд, могло бы сделать Фестиваль в целом и его результаты более эффективным и устойчивым?» (в % от количества ответивших на данный вопрос респондентов)



## РЕКОМЕНДАЦИИ, ТРУДНОСТИ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОЦЕНКИ

Рекомендации сформулированы, основываясь на комментариях членов команды проекта «Чеховский книжный фестиваль» и стейкхолдеров.

1. Поддержка проекта властями на региональном и федеральном уровнях (в т.ч. финансирование).
2. Увеличение охвата участников Фестиваля.
3. Проведение мероприятий Фестиваля в разных районах Таганрога.
4. Больше внимания уделять информированию жителей, гостей Таганрога о проведении Фестиваля, его событиях (в т.ч. использование большего разнообразия каналов продвижения).
5. Расширение партнерских связей.
6. Привлечение к участию в Фестивале известных творческих личностей (писателей, поэтов, актеров и т.д.).
7. Внесение в программу Фестиваля новых форматов.

### Как будут использовать результаты оценки:

1. Рекомендации новой команде Фестиваля по корректировке форматов Фестиваля,
2. Использование дизайна оценки и инструментов сбора данных для оценки схожих проектов,
3. Презентация доказанных результатов Фестиваля стейкхолдерам для получения поддержки.

### Трудности:

1. Сложно замотивировать зрителей Фестиваля и профессиональное сообщество заполнить анкету,
2. Литературная история города плотно вписана в деятельность туристического бизнеса, представителям сложно выделить влияние Фестиваля,
3. Обратная связь по итогам каждого сезона Фестиваля собиралась не системно, что затруднило формирование доказательной базы,
4. Нет данных о реальном участии в Фестивале зрителей из других регионов (учет не велся),
5. Фестиваль способствует развитию профессионального сообщества преимущественно из Ростовской области, крайне мало из других регионов страны.

# ПРИЛОЖЕНИЯ

## Приложение 1. Дерево результатов проекта «Чеховский книжный фестиваль»



## Приложение 2. Логическая модель проекта «Чеховский книжный фестиваль»

Благополучатели	Деятельность	Непосредственный результат	Показатели	Социальные результаты				
				Краткосрочный результат	Показатели	Среднесрочный результат	Показатели	Социальный эффект
Профессиональное сообщество (творческое, краеведческое и литературное сообщество Таганрога)	Регулярное участие в событиях профессиональной программы Фестиваля	Литераторы, историки, краеведы, библиотекари и т.д. Таганрога получили возможность развития профессиональных навыков за счет общения с экспертами высокого уровня	Количество творческих профессионалов Таганрога, принявших участие в профессиональной программе	Повышение знаний и актуализация представления о современной культурной, образовательной, литературной повестках России	Количество профессионалов, включивших знания, полученные на Фестивале в свою профессиональную практику	Творческое сообщество Таганрога получило мотивацию к саморазвитию и дальнейшему повышению профессиональных компетенций	Количество профессионалов, предпринявших шаги для дальнейшего профессионального развития	Повышение компетенций профессионального сообщества Таганрога
		Творческие профессионалы Таганрога получили возможность развития профессиональных связей за пределами родного региона		Расширение возможностей творческих профессионалов Таганрога по развитию собственных проектов, исследований и т.д.		Количество творческих профессионалов Таганрога, наладивших личные профессиональные контакты с приглашенными участниками Фестиваля		
	Проведение культурных событий новых форматов в рамках Фестиваля	Расширение разнообразия и актуализация форматов культурных событий	Количество событий нового типа, представленных в рамках Фестиваля	Расширение инструментария культурной и просветительской деятельности в городе	Количество творческих профессионалов Таганрога, заинтересовавшихся новыми форматами событий	Расширение пользовательского и культурного опыта жителей Таганрога за счет участия в событиях различных форматов	Количество событий новых форматов, включенных после Фестиваля в деятельность таганрогских учреждений культуры, просветительских центров и местных инициатив	Развитие деятельности культурных и просветительских институций в Таганроге

Жители города (зрители Фестиваля)	Проведение событий, посвященных книжным новинкам, встреч с издателями/издательствами, авторами	Повышение информированности жителей города о современной российской литературе	Количество жителей, принявших участие в событиях, представляющих книжные новинки (в т.ч. – книжная ярмарка)	Жители города расширили свое представление о современной российской литературе	Количество книг современных российских авторов, приобретенных жителями города в рамках Фестиваля	Жители города включили чтение современной российской литературы в повседневную практику (расширение спроса на российскую современную литературу)	Количество книг российских авторов, приобретенных в книжных магазинах города после Фестиваля	Повышение привлекательности и города для жителей Таганрога
	Проведение большого числа культурных событий с участием приглашенных исполнителей и авторов (спектаклей, экскурсий, встреч с писателями, мастер-классов) на разных площадках в городе	Повышение привлекательности и культурно-событийной программы в городе	Количество культурных событий в городе в сравнении с обычным сезоном	Повышение качества культурных событий за счет приглашения участников высокого класса (в том числе из столиц)	Количество приглашенных участников, имеющих медийную узнаваемость и/или высокую проф. репутацию	Повышение ожиданий публики от уровня культурных событий в городе в целом, интерес к новым именам (расширение кругозора и мотивации)	Количество новых культурных проектов, организованных в городе, предлагающих высококачественные и/или нестандартные подходы	Формирование гордости у жителей города, уважительного отношения к городу с литературной историей и современной культурной жизнью
			Количество приглашенных спикеров и участников					
			Количество разных форматов событий					
Включение большого числа площадок в культурной программе, повышение узнаваемости и привлекательности площадок для горожан	Количество площадок, принявших участие в сезонах Фестиваля, количество посетителей на каждой площадке	Развитие культурной программы на площадках города вне рамок Фестиваля	Новые темы, форматы и проекты, представленные на площадках вне рамок Фестиваля, Повышение узнаваемости и посещаемости площадок					

						Повышение уровня «насмотренности», «подготовленности» и мотивированности публики культурных событий высокого качества	Количество культурных событий, организованных / предложенных культурными продюсерами из других регионов в Таганроге, как месте качественных событий	
	Проведение лекций и других событий, посвященных литературным именам, связанным с Таганрогом	Жители получили знание о культурной истории города, его роли в истории российской литературы	Количество жителей, принявших участие в событиях	Жители города получили знание и понимание символической ценности города – его культурной (литературной) истории	Количество жителей города, посетивших лекции, спектакли и т.д.	Жители воспринимают литературную историю Таганрога как важную составляющую истории города, ассоциируют город с русской литературой прошлого и настоящего	Количество жителей, участвующих в исторических или литературных кружках, литературных событиях за пределами Фестиваля	
	Проведение культурных событий с участием приглашенных исполнителей и авторов (спектаклей, экскурсий, встреч с писателями, мастер-классов)	Повышение привлекательности и культурно-событийной программы в городе	Количество качественных культурных событий в городе	Повышение качества культурных событий за счет приглашения участников высокого класса (в том числе из столиц)	Количество приглашенных участников, имеющих медийную узнаваемость и/или высокую проф. репутацию	Повышение ожиданий публики от уровня культурных событий в городе в целом, интерес к новым именам (расширение кругозора и мотивации)	Количество новых культурных проектов, предлагающих высококачественные и/или нестандартные подходы	
Гости города (туристы)				Туристы и горожане мотивированы на посещение города в дни проведения Фестиваля	Количество туристов, посещающих город в дни проведения фестиваля	Туристическое предложение в городе стало более разнообразным в связи с программой Фестиваля	Количество специальных туристических продуктов, основанных на тематике и программе Фестиваля	Повышение привлекательности и города для гостей Таганрога

### Приложение 3. Анкета для опроса команды, стейкхолдеров

**1. Укажите Вашу ключевую роль в Фестивале:**

- |                           |                      |
|---------------------------|----------------------|
| 1. Волонтер               | 4. Лидер Фестиваля   |
| 2. Член команды Фестиваля | 5. Другое (напишите) |
| 3. Партнер Фестиваля      |                      |

**2. Откуда Вы обычно узнаете о Фестивале, его событиях и площадках?**

- |                                  |                                |
|----------------------------------|--------------------------------|
| 1. Афиша, плакаты в городе       | 4. От организаторов Фестиваля  |
| 2. Информация в сети Интернет    | 5. От друзей, коллег, знакомых |
| 3. Информация в социальных сетях | 6. Другое (напишите)           |

**3. Как давно Вы принимаете участие в Фестивале?**

- |                 |                  |
|-----------------|------------------|
| 1. Менее 1 года | 3. 4-6 лет       |
| 2. 1-3 года     | 4. 7 лет и более |

**4. Какими результатами, по Вашему мнению, может гордиться команда Фестиваля на сегодняшний день? Напишите.**

---

---

---

**5. Какова, по Вашему мнению, основная цель, назначение Фестиваля? Напишите.**

---

---

---

**6. Оцените, насколько Фестиваль в целом соответствует Вашим ожиданиям.**

1. Фестиваль превосходит мои ожидания
2. Фестиваль совпадает с моими ожиданиями
3. Фестиваль скромнее моих ожиданий

**7. Как Вы считаете, нужно или нет что-либо изменить в организации и проведении Фестиваля?**

- |                  |            |
|------------------|------------|
| 1. Да, нужно     | 3. Не знаю |
| 2. Нет, не нужно |            |

**8. Если Вы ответили ДА на предыдущий вопрос, то напишите, что конкретно нужно поменять в Фестивале. Если Вы ответили НЕТ или НЕ ЗНАЮ, поставьте прочерк.**

---

---

---

**9. Насколько Вы согласны с утверждениями, приведенными в таблице ниже?**

Утверждение	Вариант ответа				
	Полностью согласен	Скорее согласен	Скорее не согласен	Полностью не согласен	Сложно сказать
С начала проведения Фестиваля Таганрог стал более привлекательным местом для туристов					
С начала проведения Фестиваля жители города стали больше читать, интересоваться литературой					
Фестиваль важно проводить каждый год					
Фестиваль обогащает культурную жизнь города					
Фестиваль формирует у жителей города гордость за свою территорию, историю					
Фестиваль помогает развиваться творческим людям и профессионалам в области литературы, культуры					
Фестиваль – часть туристического образа города					
Жители города стали больше интересоваться культурой и историей города					

**10. Что, на Ваш взгляд, могло бы сделать Фестиваль в целом и его результаты более эффективным и устойчивым? Напишите.**

---



---



---

**11. Если мы не спросили Вас о чем-то важном, напишите об этом здесь.**

---



---



---

**12. Если Вы хотите, чтобы мы прислали Вам результаты опроса, напишите адрес электронной почты.**

---

## Приложение 4. Анкета для опроса зрителей

**1. Как часто Вы обычно посещаете культурные места и события (концерты, выставки и пр.)?**

- |                          |                            |
|--------------------------|----------------------------|
| 1. Почти каждую неделю   | 4. Раз в несколько месяцев |
| 2. Несколько раз в месяц | 5. 1-2 раза в год          |
| 3. Раз в месяц           | 6. Никогда                 |

**2. Откуда Вы обычно узнаете о Фестивале, его событиях и площадках?**

- |                                  |                                      |
|----------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Афиша, плакаты в городе       | 5. От друзей, коллег, знакомых       |
| 2. Информация в сети Интернет    | 6. Информация в туристических фирмах |
| 3. Информация в социальных сетях | 7. Другое (напишите)                 |
| 4. От организаторов Фестиваля    |                                      |

**3. Какие форматы Чеховского литературного фестиваля Вы посещали хотя бы один раз?**

- |  |   |
|--|---|
| 1. Мастер-классы                                   | 5. Презентации новых книг и проектов  |
| 2. Выставки  | 6. Творческие встречи с писателями и поэтами (лекции, завтраки с поэтами, ужины с писателями) |
| 3. Концерты  | 7. Другое (напишите)  |
| 4. Волшебная почта (отправка специальных открыток) |   |

**4. Какие форматы Чеховского литературного фестиваля Вы хотели бы посетить в будущем?**

- |  |   |
|--|---|
| 1. Мастер-классы                                   | 5. Презентации новых книг и проектов  |
| 2. Выставки  | 6. Творческие встречи с писателями и поэтами (лекции, завтраки с поэтами, ужины с писателями) |
| 3. Концерты  | 7. Другое (напишите)  |
| 4. Волшебная почта (отправка специальных открыток) |   |

**5. Оцените, насколько Вы довольны своим участием в Фестивале? (1 – самая низкая оценка, 10 – самая высокая оценка)**

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10

**6. Оцените, насколько Фестиваль в целом соответствует Вашим ожиданиям.**

1. Фестиваль превосходит мои ожидания
2. Фестиваль совпадает с моими ожиданиями
3. Фестиваль скромнее моих ожиданий

**7. Насколько вероятно, что Вы порекомендуете посетить мероприятия Фестиваля своим друзьям или коллегам? (1 – самая низкая оценка, 10 – самая высокая оценка)**

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10

**8. Насколько вероятно, что Вы лично посетите мероприятия Фестиваля в этом году или в будущем?**

1. Очень вероятно
2. Вероятно
3. Нейтрально
4. Маловероятно
5. Очень маловероятно

**9. Какими результатами, по Вашему мнению, может гордиться команда Фестиваля на сегодняшний день? Напишите.**

---

---

---

**10. Есть ли у Вас любимое мероприятие, событие, формат Фестиваля?**

1. Да, есть
2. Нет такого

**11. Если Вы ответили ДА в предыдущем вопросе, то напишите Ваше любимое мероприятие, событие или формат Фестиваля.**

---

---

---

**12. Насколько Вы согласны с утверждениями, приведенными в таблице ниже?**

Утверждение	Вариант ответа			
	Согласен / согласна	Отчасти согласен / согласна	НЕ согласен / НЕ согласна	Затрудняюсь ответить
Фестиваль – это одно из событий в городе, мало отличающееся от других				
Фестиваль – это способ провести свой досуг не только культурно, но и интеллектуально				
Фестиваль привлекает в город туристов				
Фестиваль – это хороший способ пробудить в жителях и гостях города любовь и интерес к чтению, литературе				
Фестиваль – это яркий праздник, не более того				
Я стал(а) больше читать, интересоваться литературой, после участия в мероприятиях Фестиваля				

**13. Укажите Ваш пол:**

1. Мужской
2. Женский

**14. Укажите Ваш возраст:**

- |                    |                    |
|--------------------|--------------------|
| 1. Меньше 18 лет   | 4. От 35 до 44 лет |
| 2. От 18 до 24 лет | 5. От 45 до 54 лет |
| 3. От 25 до 34 лет | 6. Старше 55 лет   |

**15. С кем Вы обычно ходите на Фестиваль?**

- |                          |                             |
|--------------------------|-----------------------------|
| 1. Один / одна           | 4. С семьей, родственниками |
| 2. С друзьями            | 5. Другое (напишите)        |
| 3. С коллегами по работе |                             |

**16. Если мы не спросили Вас о чем-то важном, напишите об этом здесь.**

---

---

---

**17. Если Вы хотите, чтобы мы прислали Вам результаты опроса, напишите адрес электронной почты.**

---

**18. В какие годы Вы посещали Чеховский книжный фестиваль?**

- |                |                |
|----------------|----------------|
| 1. В 2018 году | 5. В 2022 году |
| 2. В 2019 году | 6. В 2023 году |
| 3. В 2020 году | 7. Не помню    |
| 4. В 2021 году |                |

## Приложение 5. Анкета для опроса профессионального сообщества

1. В какой организации – участнике Чеховского книжного фестиваля Вы работаете? Напишите полное наименование организации.

---

2. Напишите город, населенный пункт, в котором Вы работаете.

---

3. Оцените, насколько Вы довольны своим участием в Фестивале. (1 – самая низкая оценка, 10 – самая высокая оценка)

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10

4. Какими результатами, по Вашему мнению, может гордиться команда Фестиваля на сегодняшний день?

---

---

5. Оцените профессиональную программу, события Фестиваля с точки зрения полезности для Вас. (1 – самая низкая оценка, 10 – самая высокая оценка)

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10

6. Оцените, насколько Фестиваль в целом соответствует Вашим ожиданиям.

1. Фестиваль превосходит мои ожидания
2. Фестиваль совпадает с моими ожиданиями
3. Фестиваль скромнее моих ожиданий

7. Насколько вероятно, что Вы лично посетите мероприятия Фестиваля в этом году или в будущем?

- |                   |                 |              |
|-------------------|-----------------|--------------|
| 1. Очень вероятно | 3. Нейтрально   | 5. Очень     |
| 2. Вероятно       | 4. Маловероятно | маловероятно |

8. Почему Вы выбрали такой ответ? Пожалуйста, прокомментируйте.

---

---

9. Что для Вас как специалиста является наиболее ценным в Фестивале?

1. Возможность провести свой досуг в интеллектуальной культурной атмосфере
2. Возможность быть в курсе новинок и трендов в развитии литературы
3. Возможность узнать что-то новое, повысить уровень компетенций
4. Возможность познакомиться, пообщаться с интересными людьми
5. Возможность найти новые связи и возможности для своего профессионального развития

**10. Что нового Вы узнали на Фестивале? Изменилось ли Ваше отношение к чему-либо в результате посещения? Начали ли Вы что-то делать новое или по-другому? Напишите.**

---

---

---

**11. После участия в Фестивале, захотелось ли Вам получить новые профессиональные знания или навыки?**

- |               |                         |
|---------------|-------------------------|
| 1. Точно да   | 4. Точно нет            |
| 2. Скорее да  | 5. Затрудняюсь ответить |
| 3. Скорее нет |                         |

**12. Откуда Вы обычно узнаете о Фестивале, его событиях и площадках?**

- |                                  |                                |
|----------------------------------|--------------------------------|
| 1. Афиша, плакаты в городе       | 4. От организаторов Фестиваля  |
| 2. Информация в сети Интернет    | 5. От друзей, коллег, знакомых |
| 3. Информация в социальных сетях |                                |

**13. Если мы не спросили Вас о чем-то важном, напишите об этом здесь**

---

---

---

**14. Если Вы хотите, чтобы мы прислали Вам результаты опроса, напишите адрес электронной почты.**

---

---

---

**15. В какие годы Вы посещали Чеховский книжный фестиваль?**

- |                |                |
|----------------|----------------|
| 1. В 2018 году | 5. В 2022 году |
| 2. В 2019 году | 6. В 2023 году |
| 3. В 2020 году | 7. Не помню    |
| 4. В 2021 году |                |

**16. В каких мероприятиях Фестиваля Вы принимали участие?**

1. Научно-практическая конференция «Продолжение Чехова»
2. Межрегиональный гуманитарный форум «Книга как витамин роста»
3. Круглый стол по краеведению
4. Акция «Читаем Чехова вместе»
5. Другое (напишите)

## Приложение 6. Гайд интервью с представителями туристического агентства Таганрога, экскурсоводами, представителями кафе, ресторанов

1. В какой организации Вы работаете?
2. Принимали ли Вы лично участие, посещали ли мероприятия Фестиваля?
3. Как бы Вы оценили Фестиваль в целом? Почему? Прокомментируйте Вашу оценку. По 10-балльной шкале
4. Что привлекает в Фестивале лично Вас?
5. По Вашему опыту, какие форматы Чеховского литературного фестиваля привлекают больше всего зрителей, участников?  
Форматы: презентации новых книг и проектов, мастер-классы, творческие встречи с писателями и поэтами (лекции, завтраки с поэтами, ужины с писателями), концерты, выставки, волшебная почта (отправка специальных открыток)
6. Какие темы, форматы Чеховского литературного фестиваля важнее всего для развития Вашей организации в сфере туризма, для привлечения туристов, посетителей?
7. Что поменялось в работе Вашей организации после участия в Фестивале, после проведения Фестиваля?
8. Опишите имидж, бренд Таганрога, каким его видят жители и гости города.
9. Какое влияние на формирование имиджа, бренда города оказывает Фестиваль? В чем оно заключается? В чем состоит ценность Фестиваля для повышения привлекательности города?
10. Какая информация о Фестивале включена в рекламу, буклеты, сайт, группы в социальной сети туристических маршрутов, Вашего кафе, ресторана?

## Приложение 7. Методология ответов на вопросы

Ключевой оценочный вопрос	Подвопрос (если надо)	Методология ответа на вопрос	Подход к анализу и интерпретациям
<b>Насколько Фестиваль повлиял на обогащение культурной жизни жителей города</b>	Насколько горожане стали больше интересоваться литературой и чтением	Определение фактов интереса к чтению, литературе, культурному интеллектуальному досугу (распределение ответов на вопросы анкеты (степень согласия): "Фестиваль – это способ провести свой досуг не только культурно, но и интеллектуально", "Фестиваль – это хороший способ пробудить в жителях и гостях города любовь и интерес к чтению, литературе", "Я стал(а) больше читать, интересоваться литературой, после участия в мероприятиях Фестиваля")	Если респонденты согласен или согласен отчасти, считаем, что стали больше читать и интересоваться
	Какие форматы Фестиваля наиболее ценны и запомнились горожанам	Определение самых популярных форматов Фестиваля (распределение ответов зрителей на вопросы анкеты: "Какие форматы Чеховского литературного фестиваля Вы посещали хотя бы один раз?", "Какие форматы Чеховского литературного фестиваля Вы хотели бы посетить в будущем?", "Есть ли у Вас любимое мероприятие, событие, формат Фестиваля? Если да, то какие?")	Рейтинг популярности форматов Фестиваля
		Определение динамики изменений любимых форматов Фестиваля (распределение ответов на вопрос анкеты: "в какие годы Вы посещали Чеховский книжный фестиваль?", "Какие форматы Чеховского литературного фестиваля Вы посещали хотя бы один раз?", "Какие форматы Чеховского литературного фестиваля Вы хотели бы посетить в будущем?", "Есть ли у Вас любимое мероприятие, событие, формат Фестиваля? Если да, то какие?")	Сводная таблица: годы посещения Фестиваля и любимые форматы
<b>Насколько повлиял Фестиваль на развитие компетенций творческого профессионального сообщества?</b>	Насколько институции вовлечены и заинтересованы в участии в Фестивале?	Сравнение количества и типологии институций за 2018 – 2023 годы	Статистика; сравнение количественных данных и типологии
		Сравнение кол-ва представителей проф. сообщества разных направлений, принявших участие в профессиональной программе Фестиваля в разные годы	Подсчет количества участников проф. событий Фестиваля. Распределение их по сферам: краеведы, библиотечные работники, литераторы)
		Сравнение кол-ва участников проф. программы, продолживших и не продолживших проф. развитие после Фестиваля	Подсчет количества повторных участия. Распределение по сферам.
		Сравнение кол-ва посетителей Фестиваля из других регионов по годам	Динамика статистики участников из других регионов по годам
		Выявление фактов мотивации на	Доля респондентов,

Ключевой оценочный вопрос	Подвопрос (если надо)	Методология ответа на вопрос	Подход к анализу и интерпретациям
		дальнейшее профессиональное развитие (распределение ответов на вопрос анкеты: "После участия в Фестивале, захотелось ли вам получить новые профессиональные знания или навыки?")	выбравших варианты ответов "точно да" и "скорее да" - считаем, что факт мотивации присутствует; доля респондентов, выбравших варианты ответов "скорее нет", "точно нет", "затрудняюсь ответить" - считаем, что факт мотивации отсутствует
		Определение ценности проф. программы для профессионального сообщества (распределение ответов на вопросы анкеты: "Оцените профессиональную программу, события Фестиваля с точки зрения полезности для Вас", "Что для Вас как специалиста является наиболее ценным в Фестивале?", "Что нового Вы узнали на Фестивале? Изменилось ли Ваше отношение к чему-либо в результате посещения? Начали ли Вы что-то делать новое или по-другому?")	Оценку проф.программы на 7-10 баллов считаем высокой, 4-6 баллов - средней, 1-3 балла - низким. Список нового и полезного для респондентов.
<b>Насколько Фестиваль влияет на развитие туристического бренда города?</b>	Насколько Фестиваль является привлекательным событием для туристов. Насколько Таганрог воспринимается туристами, как город, связанный с историей литературы или литературными событиями	Анализ ответов на вопросы интервью: "Какое влияние на формирование имиджа, бренда города оказывает Фестиваль? В чем оно заключается? В чем состоит ценность Фестиваля для повышения привлекательности города?", "Опишите имидж, бренд Таганрога, каким его видят жители и гости города"	Описание туристического (культурного литературного) бренда города
			Перечень событий и наград, выступлений команды Фестиваля на профессиональных туристических событиях
	Насколько Фестиваль известен и признан в тур. индустрии	Анализ ответов на вопросы интервью: "Какие темы, форматы Чеховского литературного фестиваля важнее всего для развития Вашей организации в сфере туризма, для привлечения туристов, посетителей?", "Что поменялось в работе Вашей организации после участия в Фестивале, после проведения Фестиваля?", "Какая информация о Фестивале включена в рекламу, буклеты, сайт, группы в	Список наиболее важных тем, форматов, изменений в работе

Ключевой оценочный вопрос	Подвопрос (если надо)	Методология ответа на вопрос	Подход к анализу и интерпретациям
		социальной сети туристических маршрутов, вашего кафе, ресторана?"	
	Как Фестиваль и литературная история Таганрога включены в туристические маршруты	Отбор информации о местах литературной истории в тур. маршрутах  Наличие \ отсутствие инф.о Фестивале на сайте – визитке города и на сайтах 1й страницы поиска	Рейтинг мест литературной истории, включенных в тур.маршруты  Если на сайтах есть релевантная информация о Фестивале, литературной истории, значимых местах, считаем, что Фестиваль включен в туристический бренд города
Насколько результативно реализован проект при поддержке ПФКИ?	Насколько достигнута цель проекта?	Сравнение планов в заявке и фактов в отчетах по достижению цели, выполнению задач, плановых значений показателей	Если заявленные и достигнутые цели всех уровней совпадают на 75 и более процентов, значит цель достигнута полностью
		Определение фактов достижения целей проекта разных уровней (распределение ответов на вопросы анкеты (степень согласия): "С начала проведения Фестиваля Таганрог стал более привлекательным местом для туристов", "С начала проведения Фестиваля жители города стали больше читать, интересоваться литературой", "Фестиваль обогащает культурную жизнь города", "Фестиваль формирует у жителей города гордость за свою территорию, историю", "Фестиваль помогает развиваться творческим людям и профессионалам в области литературы, культуры ", "Фестиваль – часть туристического образа города", "Жители города стали больше интересоваться культурой и историей города")	Если респонденты согласен или согласен отчасти, считаем, что цели достигнуты
	Насколько ключевой результат проекта (соответствующий поставленной цели) устойчив?	ответы на открытый вопрос анкеты: "Какими результатами, по Вашему мнению, может гордиться команда Фестиваля на сегодняшний день?"	Результат считаем устойчивым, если более 50% зрителей и представителей проф.сообщества принимали участие в Фестивале 2 и более раза, у представителей проф. сообщества выявлены факты мотивации для продолжения наращивания компетенций после Фестиваля, у зрителей высокие оценки возможностей проведения культурного досуга в городе
		Есть ли в отзывах информация о влиянии Фестиваля на наращивание компетенций, мотивацию к дальнейшему развитию, про возможности культурного досуга для жителей. Какая именно	
Насколько проект	Сравнение ожиданий и их исполнения	Распределение ответов	

Ключевой оценочный вопрос	Подвопрос (если надо)	Методология ответа на вопрос	Подход к анализу и интерпретациям
	отвечает ожиданиям ключевых заинтересованных сторон?	членов команды и стейкхолдеров	<p>всех групп респондентов по трем категориям:            Фестиваль превосходит/соответствует/скромнее ожиданий.            Превосходит и соответствует - ожидания стейкхолдеров выполнены, скромнее - ожидания не выполнены. Если не выполнены, то проводится содержательный анализ комментариев стейкхолдеров (почему скромнее ожиданий)</p>
	Насколько дизайн проекта и механизм реализации способствовали достижению заявленной цели?	<p>Определение наиболее информативного канала продвижения информации о Фестивале (распределение ответов всех групп респондентов на вопрос анкеты: "Откуда, Вы обычно узнаете о Фестивале, его событиях и площадках?")</p>	<p>Рейтинг каналов продвижения информации о Фестивале</p>
<p>Выявление мнений, рекомендаций членов команды и стейкхолдеров (распределение ответов на вопросы анкеты: "Как Вы считаете, нужно или нет что-либо изменить в организации и проведении Фестиваля?" и "Что, на Ваш взгляд, могло бы сделать Фестиваль в целом и его результаты более эффективным и устойчивым?")</p>		<p>Доля респондентов, сформулировавших рекомендации, комментарии, замечания</p>	

## Приложение 8. Перечень событий, выступлений и наград команды

### Полученные членами команды награды (сезоны 2018-2023 гг.)

Год	Краткие результаты деятельности	Вид поощрения
2022	Всероссийский этап конкурса проектов Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards» в номинации «Лучшее туристическое событие в области культуры и искусства – население свыше 100 тысяч» (17-19 ноября, г. Новгород)	поощрительный приз (возможность размещения кейса фестиваля среди лучших событий России на страницах издания «Туристическое событие: от идеи до туриста»)
2022	Окружной этап конкурса проектов Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards» по ЮФО и СКО в номинации «Лучшее туристическое событие в области культуры и искусства – население свыше 100 тысяч» (12-14 октября, г. Ялта)	Диплом 1 место Проект «Чеховский книжный фестиваль»
2022	Автор и руководитель проекта «Три имени и параллели судеб: София Парнок, Валентин Парнах, Елизавета Тараховская»	Грант Фонда наследия русского зарубежья 2022 г.
2022	Автор и руководитель проекта «15-й Чеховский книжный фестиваль» - 1-го конкурса 2022 года Президентского фонда культурных инициатив	Грант Президентского фонда культурных инициатив ПФКИ -22-1-000480
2021	Автор и руководитель проекта «Зеркальная душа» и победитель 1-го конкурса 2021 года Президентского фонда культурных инициатив	Грант Президентского фонда культурных инициатив ПФКИ 21-1-007435

### Участие членов команды Фестиваля в конференциях, семинарах, форумах, круглых столах (сезоны 2018-2023 гг.)

№ п/п	Дата	Мероприятие	Виды деятельности, темы выступлений
1	29.09.2023	IX Коршиковские чтения «Краеведение на Дону: История и современность» (Ростов-на Дону - Таганрог, Ростовская область)	Выступление «Три имени и параллели судеб: София Парнок, Валентин Парнах, Елизавета Тараховская»
2	30.09.2022	VIII Коршиковские чтения «Краеведение на Дону: История и современность» (Ростов-на Дону - Таганрог, Ростовская область)	Выступление «Событийный туризм в популяризации краеведения»
3	25.05.2021	Заседание Палаты представительных органов городских округов и муниципальных районов Ассоциации «Совет муниципальных образований Ростовской области» (г. Таганрог, Ростовская область)	Выступление «Книжный фестиваль в провинции. Практика проведения Международного Чеховского книжного фестиваля в г. Таганроге, как одно из направлений туристической привлекательности»
4	16-19.09. 2019	III молодежная школа для библиотечных лидеров «Библиотечные лидеры как инноваторы» (г. Ростов-на-Дону, Донская государственная публичная библиотека)	Выступление эксперта «Фестиваль как форма развития территории средствами культуры (на примере Международного Чеховского книжного фестиваля в г. Таганроге)»
5	11.05.2018	XII Чеховский книжный фестиваль Третий межрегиональный гуманитарный форум «Книга как витамин роста» (г. Таганрог) Тема: «Волонтерство как образ жизни»	Выступление «Корпоративный творческий проект «Альтернатива»: возможности реализации в культурном пространстве»

## Приложение 9. Достигнутые количественные и качественные результаты реализации проекта за отчетные периоды

### Основные достигнутые количественные результаты реализации проекта за отчетные периоды (1 этап: с 01.02.2022 по 30.04.2022; 2 этап: с 01.05.2022 по 30.06.2022)

Наименование показателя	Планируемые значения за проект	Достигнутый результат за 1 этап	Достигнутый результат за 2 этап	Уровень достижения (%)
проведение не менее 8 тематических выставочных проектов (книжных, фото, детского рисунка, декоративно-прикладного творчества и др.); творческих конкурсов – не менее 3; презентаций новых книг и проектов – не менее 7; творческих встреч – не менее 20	1000,00	56,00	11558,00	1156
концертов – не менее 4; спектаклей – не менее 2; акция «Волшебная почта» - не менее 2	1000,00	0,00	1300,00	130
профессиональных мероприятий (Гуманитарный форум) – 1; мастер-классов – не менее 3	500,00	0,00	500,00	100

### Основные достигнутые качественные результаты реализации проекта за отчетные периоды (1 этап: с 01.02.2022 по 30.04.2022; 2 этап: с 01.05.2022 по 30.06.2022)

Достигнутые результаты за 1 этап	Достигнутые результаты за 2 этап
<p>Разработаны программы фестиваля, а также мероприятий в его рамках: V Межрегионального гуманитарного форума «Книга как витамин роста», круглого стола «Краеведение в общеобразовательном пространстве Ростовской области», круглого стола «Краеведение в общеобразовательном пространстве Ростовской области», «ГРАМОТНОСТЬ - МЕТАКОМПЕТЕНЦИЯ XXI ВЕКА» Донского государственного технического университета.</p> <p>Разработаны и запущены в работу три положения о творческих конкурсах, информация о которых направлена в учреждения культуры и образования Ростовской области, размещена на официальном портале Администрации города Таганрога, на сайтах и в социальных сетях. В 1 этапе конкурса "Мои друзья: Артемка и Дениска" приняли участие 56 человек.</p> <p>Разработаны макеты 9 видов полиграфической продукции и рекламной (баннеры- 10 штук), подготовлено 176 публикаций (радио, видео, текст), а также 56 видео участников 1 этапа конкурса "Мои друзья: Артемка и Дениска". Для информирования целевых аудиторий использовались сообщества Вконтакте "Чеховский книжный фестиваль" (367 подписчиков, 260 записей), "Зеркальная душа" (100 подписчиков) Управления культуры г. Таганрога (90 подписчиков). Состоялась презентация проекта (22 апреля) с участием официальных лиц Администрации города Таганрога.</p>	<p>Для проведения фестиваля было организовано сообщество Вконтакте "Чеховский книжный фестиваль", в которое вошли 359 человек и 160 участников-модераторов различных творческих площадок, выставок, мастер-классов и пр. Помимо мероприятий, ставших уже традиционными, в этом году появились новые участники с новыми идеями, соприкасающихся с книжным творчеством. В юбилейном XV Чеховском книжном фестивале были объединены еще три юбилея: 135-летие рассказа «Каштанка» А.П. Чехова, 100-летие издательства «Молодая гвардия», 100-летие пионерского движения. Проводимые творческие площадки несли в себе культурно-психологическую направленность на эмоциональное состояние участников, зрителей. Исполненные формы и методы работы включали арт-мастерские, методы активного творческого самовыражения и социально-культурного обучения (коммуникация, взаимодействие, сотрудничество, проектирование и пр.). Медиа контекст позволил отразить масштабность фестиваля, передать настроение и эмоции жителей и гостей города, приобщить их к культуре и историческому наследию великого земляка и писателя А.П. Чехова. Исследование по выявлению впечатлений жителей и гостей города о 15-м Чеховском книжном фестивале осуществлялось через обработку ответов на анкету, в которой были предложены вопросы, касающиеся событий, фактов и мнений, чувств и предпочтений проводимых мероприятий. Качественный анализ</p>

	<p>анкеты целевой аудитории проекта «15-й Чеховский книжный фестиваль в Таганроге. Итоги» показал, что 1) 66% – считают «Чеховский книжный фестиваль визитной карточкой города Таганрога; 2) 65% респондентов считают фестиваль интересной формой интеллектуального досуга; 3) 52% – получили положительные эмоции, новые впечатления и знания; 5) 41% выразили мнение, что формат проводимых мероприятий отличался своим разнообразием. Аналитический результат будет использован для дальнейшего мониторинга развития и популяризации ежегодного проекта-Чеховского книжного фестиваля.</p>
--	---



**ЯРКИЕ КРАСКИ  
КРЕАТИВНЫХ  
ИНДУСТРИЙ**



АРТ-ТЕЛИОС  
Автономная некоммерческая организация



**ПРЕЗИДЕНТСКИЙ  
ФОНД КУЛЬТУРНЫХ  
ИНИЦИАТИВ**

© АНО «Эволюция и филантропия»  
<https://socialvalue.ru>

## **ПРОЕКТ ЯККИ**

### **Форум «Яркие краски креативных индустрий»**

**План оценки проекта:**

Чеховский книжный фестиваль

### 1. Описание объекта оценки и его границ, в т.ч за какой период будет проводиться оценка

*Приложения – Дерево результатов (см. приложение 1 к отчету об оценке), ЛМП (см. приложение 2 к отчету об оценке).*

*Важно отметить, что дерево результатов и логическая модель проекта значительно шире проведенного оценочного исследования и содержат весь перечень результатов, активностей и показателей, которые применимы к Фестивалю. В фокусе оценки отражена лишь их часть.*

**Чеховский книжный фестиваль** (публичная программа), пять сезонов 2018-2023 гг.

В 2020 г. Фестиваль был отменен по причине угрозы распространения коронавирусной инфекции.

Чеховский книжный фестиваль проходит в Таганроге ежегодно, начиная с 2007 года. Он организован Управлением культуры г. Таганрога и реализуется при поддержке Министерства культуры Ростовской области. Фестиваль охватывает целый ряд городских площадок - от открытых пространств до библиотек и театров (около 35 площадок ежегодно). Программа Фестиваля включает в себя события для профессиональной аудитории и большой спектр мероприятий для широкой публики: презентации новых книг и проектов, премьеры спектаклей, мастер-классы, публичные лекции, концерты, выставки. Гостями Фестиваля ежегодно становятся известные поэты и писатели и литературные критики России, издатели, иллюстраторы, а также сценаристы, актеры, композиторы, интерпретирующие в своем творчестве литературные произведения. Важным элементом Фестиваля является ярмарка книжной и сувенирной продукции. В тематическом фокусе Фестиваля: история русской литературы, известные личности русской культуры, имеющие связь с Таганрогом, современная российская литература.

В 2022 году Чеховский книжный фестиваль стал победителем конкурса Президентского фонда культурных инициатив (ПФКИ-22-1-000480).

Социокультурные проблемы, на решение которых направлен Фестиваль:

- Недостаточная оценка жителями города историко-культурных ресурсов Таганрога,
- Невысокая туристическая привлекательность бренда города,
- Запрос на насыщенность городской жизни качественными культурными событиями, представляющими разнообразие форматов, тем и взглядов на культуру,
- Низкий доступ к культурным ценностям в городе и регионе в целом.

Сферы влияния проекта:

- экономика, в т.ч. повышение туристической привлекательности региона,
- образовательная и культурная среда,
- профессиональное развитие сотрудников в области культуры,
- изменения на уровне индивида.

**Этап проекта** (отметьте):

- Завершён
- Продолжается
- Стартовал
- Иное

**Жизненный цикл проекта** (отметьте)

- Инновационный
- Зрелый
- Масштабирование
- Иное

В 2022 году Чеховский книжный фестиваль стал победителем конкурса Президентского фонда культурных инициатив (ПФКИ-22-1-000480). С использованием средств гранта был проведен 15-й Чеховский книжный фестиваль.

Цель проекта - создание условий для формирования и повышения уровня личных и профессиональных компетенций в области литературы и чтения, а также проведения интеллектуального досуга.

Задачи:

- 1) создать условия для формирования читательской компетентности, вовлечения в активное квалифицированное чтение подрастающего поколения Таганрога;
- 2) раскрыть творческие способности, привлечь к творческой самореализации представителей городского сообщества посредством вовлечения в фестивальные практики;
- 3) привлечь профессиональное сообщество к обмену опытом по продвижению книги и чтения;
- 4) создать атмосферу интеллектуального праздника;
- 5) обеспечить информационную поддержку проекта.

## ЦЕЛЬ ОЦЕНКИ

Фестиваль представляет собой редкий пример долго существующего регулярного крупного литературного события за пределами столиц. В ЮФО это единственный устойчивый фестиваль, посвященный культуре чтения и истории русской литературы и представляющий литературные новинки широкой публике.

Цель оценки - определить влияние, которое оказывает Фестиваль на основные целевые группы (жители и гости города, профессиональное сообщество), как это влияние позволяет достигать изменения (повышается ли привлекательность города для жителей и гостей благодаря обогащению культурно-интеллектуального досуга в городе).

Сделанные корректировки: в ходе планирования оценки формулировка цели фактически не поменялась. Были внесены изменения только в перечень целевых групп, что связано с доступностью респондентов для сбора данных и сформулированными ключевыми вопросами оценки. Изначальные целевые группы: дети, подростки, молодежь (воспитанники дошкольных учреждений, учащиеся образовательных организаций, студенты), специалисты гуманитарной отрасли (культурологи, сотрудники музеев, библиотек, архивов, художники, преподаватели, педагоги, музыканты, актеры, филологи, историки, краеведы и т.д.), городское творческое сообщество (члены литературных, театральных, музыкальных, фото- художественных объединений и т.п.), жители и гости города. Финальный перечень целевых групп отражен в формулировке цели оценки.

Фестиваль включает большое разнообразие смыслов, форматов и потенциальных сфер влияния. При оценке мы сфокусировались на трех крупных целевых группах, сформулировав для них «широкие» (обобщенные) результаты. При анализе данных и презентации результатов оценки стало понятно, что такой подход позволил узнать много, но поверхностно, не имея возможности в границах данной цели и ключевых оценочных вопросов определить причины выявленных фактов, варианты измерений и действий. Таким образом, собранные данные расширили список вопросов, на которые хотелось бы получить ответы (в первую очередь, качественные, глубинные, поясняющие). Что, в свою очередь, актуализирует выбор более узких фокусов оценки при наличии ограниченного временного ресурса.

После серии обсуждений с лидером проекта, командой исполнителей оценки, были сформулированы задачи оценки.

Задачи:

1. Составить рейтинг популярности форматов Фестиваля.
2. Выявить, насколько Фестиваль влияет на интерес жителей города к литературе и чтению.
3. Выявить, насколько Фестиваль мотивирует и дает возможности профессионального развития для профессионального сообщества.
4. Описать, как Фестиваль влияет на развитие туристического бренда города.
5. Определить, в какой степени сложившийся дизайн Фестиваля позволяет достигать устойчивых социальных результатов.
6. Выявить, какие рекомендации по развитию Фестиваля дают респонденты.

## ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ СТОРОНЫ

### 3. Заинтересованные стороны

	<b>Информационная/ управленческая потребность</b> О чём я хочу узнать	<b>Использование результатов оценки</b> Как я буду использовать результаты оценки	<b>Комментарии</b> По желанию
<b>Команда/ лидер проекта</b>	Какие характеристики/ элементы Фестиваля оказали наибольшее влияние на развитие туристического бренда, насколько Фестиваль популярен среди жителей и гостей города	Коррекция программы и механики Фестиваля при масштабировании и переносе в другие регионы. Рекомендации новой команде Фестиваля по корректировке форматов для достижения более явных результатов	В 2024 году произошла смена руководителя Фестиваля
<b>ПФКИ</b>	Как грантовая поддержка проекта повлияла на развитие проекта? Достигнуты ли заявлены результаты, насколько возможно масштабировать проект, его устойчивость?	Принять решение о финансировании подобных проектов.	
<b>Управление культуры г. Таганрога</b>	Как развивать и масштабировать Фестиваль. Нужно ли менять форматы?	Коррекция программы и механики Фестиваля при масштабировании и переносе в другие регионы. Рекомендации новой команде Фестиваля по корректировке форматов для достижения более явных результатов	
<b>Власти города, региона</b>	Как с помощью Фестиваля повысить привлекательность города для жителей и гостей?	Как аргументы для привлечения дополнительных средств для развития территории и сферы культуры	Данную группу стейкхолдеров выделили в ходе подготовки лидера команды Фестиваля к публичному выступлению на Форуме

#### Критерии оценки (отметьте)

- Оценка потребностей/ актуальности/ востребованности
- Оценка когерентности внешней среде
- Оценка процесса

- Оценка результативности
- Оценка эффективности
- Оценка рисков
- Оценка устойчивости

- Оценка влияния
  - Иное
- Напишите здесь

Ключевой оценочный вопрос	Уточняющий вопрос	Показатель и его целевое значение/ стандарт	Методология ответа на вопрос
1. Насколько Фестиваль повлиял на обогащение культурной жизни жителей города?	1.1. Насколько горожане стали больше интересоваться литературой и чтением?	Доля горожан из числа посетителей Фестиваля, которые стали больше интересоваться литературой и чтением.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Определение фактов интереса к чтению, литературе, культурному интеллектуальному досугу (распределение ответов на вопросы анкеты (степень согласия): "Фестиваль – это способ провести свой досуг не только культурно, но и интеллектуально", "Фестиваль – это хороший способ пробудить в жителях и гостях города любовь и интерес к чтению, литературе", "Я стал(а) больше читать, интересоваться литературой, после участия в мероприятиях Фестиваля")</li> </ul>
	1.2. Какие форматы Фестиваля наиболее ценны и запомнились горожанам?	Доля посетителей Фестиваля, имеющих опыт повторного посещения, которые отмечают тот или иной формат событий, как наиболее интересный для них.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Определение самых популярных форматов Фестиваля (распределение ответов зрителей на вопросы анкеты: "Какие форматы Чеховского литературного фестиваля Вы посещали хотя бы один раз? ", "Какие форматы Чеховского литературного фестиваля Вы хотели бы посетить в будущем?", "Есть ли у Вас любимое мероприятие, событие, формат Фестиваля? Если да, то какие?")</li> <li>Определение динамики изменений любимых форматов Фестиваля (распределение ответов на вопрос анкеты: "в какие годы Вы посещали Чеховский книжный фестиваль?", "Какие форматы Чеховского литературного фестиваля Вы посещали хотя бы один раз? ", "Какие форматы Чеховского литературного фестиваля Вы хотели бы посетить в будущем?", "Есть ли у Вас любимое мероприятие, событие, формат Фестиваля? Если да, то какие?")</li> </ul>
	1.3. Насколько институты вовлечены и заинтересованы в участии в Фестивале?	Количество институций, участвовавших в программе Фестиваля за 2018-2023 гг.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Сравнение количества и типологии институций за 2018 – 2023 гг.</li> </ul>
2. Насколько Фестиваль повлиял на развитие компетенций творческого профессионального сообщества?		Кол-во представителей проф. сообщества, принявших участие в профессиональной программе.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Сравнение кол-ва представителей проф. сообщества разных направлений, принявших участие в профессиональной программе Фестиваля в разные годы</li> </ul>
		Кол-во повторных участников проф. содержательной программы Фестиваля.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Сравнение кол-ва участников проф. программы, продолживших и не продолживших проф. развитие после Фестиваля</li> </ul>
		Кол-во представителей проф. сообщества, продолживших повышение квалификации после участия в Фестивале.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Выявление фактов мотивации на дальнейшее профессиональное развитие (распределение ответов на вопрос анкеты: "После участия в Фестивале, захотелось ли вам получить новые профессиональные знания или навыки?")</li> </ul>

Ключевой оценочный вопрос	Уточняющий вопрос	Показатель и его целевое значение/ стандарт	Методология ответа на вопрос
		Доля представителей профессионального сообщества, высоко оценивших полезность проф.программы.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Определение ценности проф. программы для профессионального сообщества (распределение ответов на вопросы анкеты: "Оцените профессиональную программу, события Фестиваля с точки зрения полезности для Вас", "Что для Вас как специалиста является наиболее ценным в Фестивале?", "Что нового Вы узнали на Фестивале? Изменилось ли Ваше отношение к чему-либо в результате посещения? Начали ли Вы что-то делать новое или по-другому?")</li> </ul>
3. Насколько Фестиваль влияет на развитие туристического бренда города?	3.1. Насколько Фестиваль является привлекательным событием для туристов?	Количество посетителей Фестиваля из других регионов	<ul style="list-style-type: none"> <li>Анализ ответов на вопросы интервью: "Какое влияние на формирование имиджа, бренда города оказывает Фестиваль? В чем оно заключается? В чем состоит ценность Фестиваля для повышения привлекательности города?", "Опишите имидж, бренд Таганрога, каким его видят жители и гости города"</li> <li>Сравнение кол-ва посетителей Фестиваля из других регионов по годам</li> </ul>
	3.1. Насколько Таганрог воспринимается туристами, как город, связанный с историей литературы или литературными событиями?	Показатели не определены	<ul style="list-style-type: none"> <li>Анализ ответов на вопросы интервью: "Какие темы, форматы Чеховского литературного фестиваля важнее всего для развития Вашей организации в сфере туризма, для привлечения туристов, посетителей?", "Что поменялось в работе Вашей организации после участия в Фестивале, после проведения Фестиваля?", "Какая информация о Фестивале включена в рекламу, буклеты, сайт, группы в социальной сети туристических маршрутов, вашего кафе, ресторана?"</li> </ul>
	3.2. Насколько Фестиваль известен и признан в тур. индустрии	Кол-во выступлений команды проекта на профессиональных туристических событиях. Награды.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Анализ материалов команды проекта с перечнем выступлений команды проекта на профессиональных туристических событиях и полученными наградами.</li> </ul>
	3.3. Как Фестиваль и литературная история Таганрога включены в туристические маршруты?	Показатели не определены	<ul style="list-style-type: none"> <li>Отбор информации о местах литературной истории в тур. маршрутах</li> <li>Наличие \ отсутствие инф.о Фестивале на сайте – визитке города</li> </ul>

Ключевой оценочный вопрос	Уточняющий вопрос	Показатель и его целевое значение/ стандарт	Методология ответа на вопрос
4. Насколько результативно реализован проект при поддержке ПФКИ?	4.1. Насколько достигнута цель проекта?	Процент выполнения плановых значений показателей (не менее 75%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сравнение планов в заявке и фактов в отчетах по достижению цели, выполнению задач, плановых значений показателей</li> <li>• Определение фактов достижения целей проекта разных уровней (распределение ответов на вопросы анкеты (степень согласия): "С начала проведения Фестиваля Таганрог стал более привлекательным местом для туристов", "С начала проведения Фестиваля жители города стали больше читать, интересоваться литературой", "Фестиваль обогащает культурную жизнь города", "Фестиваль формирует у жителей города гордость за свою территорию, историю", "Фестиваль помогает развиваться творческим людям и профессионалам в области литературы, культуры", "Фестиваль – часть туристического образа города", "Жители города стали больше интересоваться культурой и историей города")</li> <li>• Ответы на открытый вопрос анкеты: "Какими результатами, по Вашему мнению, может гордиться команда Фестиваля на сегодняшний день?"</li> <li>• Есть ли в отзывах информация о влиянии Фестиваля на наращивание компетенций, мотивацию к дальнейшему развитию, про возможности культурного досуга для жителей. Какая именно</li> </ul>
	4.2. Насколько проект отвечает ожиданиям ключевых заинтересованных сторон?	Доля заинтересованных сторон, чьи ожидания Фестиваль превзошел или оправдал	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сравнение ожиданий и их исполнения членов команды и стейкхолдеров</li> </ul>
	4.3. Насколько дизайн проекта и механизм реализации способствовали достижению заявленной цели?	Показатели не определены	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Определение наиболее информативного канала продвижения информации о Фестивале (распределение ответов всех групп респондентов на вопрос анкеты: "Откуда, Вы обычно узнаете о Фестивале, его событиях и площадках?")</li> <li>• Определение самых популярных форматов Фестиваля (распределение ответов зрителей на вопросы анкеты: "Какие форматы Чеховского литературного фестиваля Вы посещали хотя бы один раз?", "Какие форматы Чеховского литературного фестиваля Вы хотели бы посетить в будущем?", "Есть ли у Вас любимое мероприятие, событие, формат Фестиваля? Если да, то какие?")</li> <li>• Выявление мнений, рекомендаций членов команды и стейкхолдеров (распределение ответов на вопросы анкеты: "Как Вы считаете, нужно или нет что-либо изменить в организации и проведении Фестиваля?" и "Что, на Ваш взгляд,</li> </ul>

Ключевой оценочный вопрос	Уточняющий вопрос	Показатель и его целевое значение/ стандарт	Методология ответа на вопрос
			могло бы сделать Фестиваль в целом и его результаты более эффективным и устойчивым?"

Сделанные корректировки:

Дизайн оценки в ходе планирования сбора и анализа данных корректировался.

Актуальный дизайн оценки отражен в отчете об оценке:

- раздел отчета «Методология оценки»,

- подвопросы к ключевым оценочным вопросам (начало подразделов отчета «1. Насколько Фестиваль повлиял на обогащение культурной жизни жителей города?» (стр. 14), «2. Насколько Фестиваль повлиял на развитие компетенций творческого профессионального сообщества?» (стр. 19), «3. Насколько Фестиваль влияет на развитие туристического бренда города?» (стр. 25), «4. Насколько результативно реализован проект при поддержке Президентского фонда культурных инициатив?» (стр. 34),

- приложения к отчету №3-7.

В таблице «Методы сбора данных, объем собранных данных» отчета об оценке (раздел «Методология оценки», стр. 6) указаны методы и инструменты сбора данных. Над разработкой инструментария трудились два социолога: привлеченный аспирант Высшей школы экономики, не включенный в другие процессы оценки, и куратор оценки от АНО «Эволюция и филантропия», сопровождающий весь процесс оценки. Очевидно, что приглашение стороннего социолога позволило создать лишь шаблоны инструментов (анкет и гайда), без учета специфики самого Фестиваля и особенностей коммуникаций и процессов, которые обсуждались куратором оценки с лидером проекта. Таким образом, созданные привлеченным социологом инструменты были изменены (дополнены) более, чем на 70%.

Несмотря на то, что Фестиваль проходит в Таганроге более 15 лет и за годы суммарно его посетили десятки тысяч человек (более 15 000 человек за пять сезонов, входящих в фокус оценки), собрать массивный пул респондентов не удалось (на этапе определения генеральной и выборочной совокупностей мы понимали данное ограничение). В связи с этим, актуализируется сбор обратной связи от всех целевых аудиторий Фестиваля непосредственно после проведения каждого сезона, а в случае представителей профессионального сообщества и партнеров, и до проведения Фестиваля (сбор ожиданий и предпочтений). Такие материалы позволят накапливать доказательную базу и в случае будущих оценок опираться на нее для формулировки гипотез и сравнения.

Отдельно отмечу особенности репрезентации выводов о влиянии Фестиваля на формирование туристической привлекательности южного города. На основе 7 проведенных интервью с представителями туристического бизнеса г. Таганрога и анализа сайтов, сделан вывод о положительном влиянии Фестиваля на привлекательность города. В рамках проведенного оценочного исследования результаты объективны. Однако, мы понимаем, что существенное влияние оказать на бренд территории один фестиваль не может (и не должен). Культурное событие, проходящее 1 раз в год, маловероятно входит даже в десятку факторов привлекательности территории. Влияние Чеховского книжного фестиваля на развитие туристического бренда города рекомендуется оценивать в ходе отдельного исследования, нацеленного на развитие привлекательности территории, а не на оценку культурного события.

Ключевой оценочный вопрос/Методология ответа на вопрос	Источник данных/выборка	Инструмент сбора данных	Подход к анализу данных и вынесению суждения
<p>1. Насколько Фестиваль повлиял на обогащение культурной жизни жителей города?</p>	<p>1.1. Зрители Фестиваля прошлых лет. Генеральная совокупность: 15-20 тыс. чел. за 5 лет. Опрос будет проведен среди подписчиков групп в VK и Телеграмм – канале (около 1000 чел.). Выборка не менее 400 чел. 1.2. Программы Фестиваля с 2018 по 2023 гг.</p>	<p>- Онлайн-опрос - Анализ документов</p>	<p>- Если респонденты согласен или согласен отчасти, считаем, что стали больше читать и интересоваться - Рейтинг популярности форматов Фестиваля - Сводная таблица: годы посещения Фестиваля и любимые форматы - Статистика; сравнение количественных данных и типологии</p>
<p>2. Насколько Фестиваль повлиял на развитие компетенций творческого профессионального сообщества?</p>	<p>2.1. Команда проекта (списки участников событий) 2.2. Профессиональное сообщество (краеведы, библиотечные работники, литераторы). Генеральная совокупность: около 1 тыс. чел. за 5 лет, 2 и более раза посещали Фестиваль около 50%. Сплошной опрос специалистов, указанных в списках участников проф. событий Фестиваля. Не менее 50 человек</p>	<p>- Анализ документов - Онлайн-опрос</p>	<p>- Подсчет количества участников проф. событий Фестиваля. Распределение их по сферам: краеведы, библиотечные работники, литераторы) Подсчет количества повторных участий. Распределение по сферам. - Доля респондентов, выбравших варианты ответов "точно да" и "скорее да" - считаем, что факт мотивации присутствует; доля респондентов, выбравших варианты ответов "скорее нет", "точно нет", "затрудняюсь ответить" - считаем, что факт мотивации отсутствует - Оценку проф.программы на 7-10 баллов считаем высокой, 4-6 баллов - средней, 1-3 балла - низкий. - Список нового и полезного для респондентов.</p>
<p>3. Насколько Фестиваль влияет на развитие туристического бренда города?</p>	<p>3.1. Представители тур. агентства Таганрога, экскурсоводы, представители кафе, ресторанов. Выборка 6-8 человек. 3.2. Команда проекта, списки участников событий 3.3. Учетные документы (списки) команды проекта 3.4. Описания туристических маршрутов города 3.5. Сайты в Интернет</p>	<p>- Полуструктурированное интервью - Анализ документов - Анализ сайтов</p>	<p>- Описание туристического (культурного литературного) бренда города - Динамика статистики участников из других регионов по годам - Перечень событий и наград, выступлений команды Фестиваля на профессиональных туристических событиях - Список наиболее важных тем, форматов, изменений в работе - Рейтинг мест литературной истории, включенных в тур.маршруты - Если на сайте - визитке и на сайтах первой страницы поиска есть релевантная информация о Фестивале, литературной истории, значимых местах, считаем, что Фестиваль включен в туристический бренд города</p>

Ключевой оценочный вопрос/Методология ответа на вопрос	Источник данных/выборка	Инструмент сбора данных	Подход к анализу данных и вынесению суждения
<p>4. Насколько результативно реализован проект при поддержке ПФКИ?</p>	<p>4.1. Заявка и отчеты о реализации проекта для ПФКИ (1 и 2 этапы)            4.2. Команда проекта, стейкхолдеры. Сплошной опрос команды проекта, по 1-2 представителю от каждой группы стейкхолдеров, не менее 35 человек.            4.3. Участники проф.событий Фестиваля            4.4. Отзывы участников Фестиваля</p>	<p>- Анализ документов            - Онлайн-опрос</p>	<p>- Если заявленные и достигнутые цели всех уровней совпадают на 75 и более процентов, значит цель достигнута полностью            - Если респонденты согласен или согласен отчасти, считаем, что цели достигнуты            - Результат считаем устойчивым, если более 50% зрителей и представителей проф.сообщества принимали участие в Фестивале 2 и более раза, у представителей проф. сообщества выявлены факты мотивации для продолжения наращивания компетенций после Фестиваля, у зрителей высокие оценки возможностей проведения культурного досуга в городе            - Распределение ответов всех групп респондентов по трем категориям: Фестиваль превосходит/соответствует/скромнее ожиданий. Превосходит и соответствует - ожидания стейкхолдеров выполнены, скромнее - ожидания не выполнены. Если не выполнены, то проводится содержательный анализ комментариев стейкхолдеров (почему скромнее ожиданий)            - Рейтинг каналов продвижения информации о Фестивале            - Рейтинг популярности форматов Фестиваля            - Доля респондентов, сформулировавших рекомендации, комментарии, замечания</p>

### 4. Соображения, касающиеся ограничений и качества

При оценке необходимо принять во внимание несколько факторов:

- 1) в 2024 году произошла смена руководителя Фестиваля, что может оказать значительное влияние на его реализацию и, соответственно, на мнение аудитории,
- 2) до 2024 года не проводилась электронная регистрация гостей Фестиваля, таким образом, кроме участников профессиональной части, у команды проекта нет контактов, по которым можно было бы провести опросы и анкетирование, в связи с этим опрос будет проведен среди подписчиков соответствующих групп в социальной сети ВКонтакте и телеграм – канала Фестиваля.

При планировании оценки, выборе методов и инструментов сбора данных, мониторинге полевого этапа, анализе результатов, перечень ограничений был существенно дополнен. Он приведен на стр. 7-8 отчета об оценке. Вместе с этим, в каждый подраздел отчета, касающийся ключевых оценочных вопросов, включены варианты усиления доказательной базы, которые, в свою очередь, ориентированы на минимизацию влияния указанных ограничений в будущем. Важной составляющей процесса оценки стала фиксация трудностей и уроков, вынесенных при реализации проекта (см. раздел «Резюме» стр. 13 отчета об оценке).

## 5. Этические соображения

- Полная открытость информации о целях оценки, о возможных вариантах использования полученных в ее ходе результатах. Оценочный дизайн будет согласован с организацией в ходе совместного обсуждения. Дополнительно будет оговорено, что вся предоставляемая информация будет использоваться только в целях оценки. Круг лиц, у которых будет полный доступ к информации, в том числе к результатам оценки ограничивается рамками проекта ЯККИ.
- Участие в опросах анонимное, в интервью - конфиденциальное; вся информация будет использоваться в обобщенном виде.
- Потенциальный вред участникам не выявлен.

Прокомментируйте (по желанию)

## 6. План использования и распространения информации

Всем участникам оценки по желанию будут направлены результаты оценки. По завершению оценки ее результаты будут переданы в АНО «Эволюция и филантропия».

При разработке инструментария в анкетах для респондентов была предусмотрена возможность оставить контактные данные (адрес электронной почты), на которые будут направлены краткие результаты оценки (резюме отчета об оценке).

Результаты оценки были представлены 11.06.2024 на Форуме «Яркие краски креативных индустрий» в Москве, а также 18-19 апреля 2024 года в Ростове-на-Дону в ходе экспертной научно-практической сессии по обсуждению подходов к оценке результативности социокультурных проектов, реализуемых на территории Ростовской области при грантовой поддержке Президентского фонда культурных инициатив. На встрече присутствовала новая команда Фестиваля.

## 7. План-график проведения оценочного исследования

Ключевые задачи	Даты (план)	Даты (факт)	Представляемые результаты	Ответственный
1. Определение источников данных, доступных для проведения оценочного исследования, наличия необходимых ресурсов, утверждение оценочного дизайна	До 15 марта 2024	15.03.2024	Оценочный дизайн	Сергиевская Н. Скрынникова Л. Богомолова А.А.
2. Сбор исходных данных (статистика по прошедшим сезонам Фестиваля)	До 15 апреля 2024	15.04.2024	Материалы команды, списки участников сезонов Фестиваля	Скрынникова Л.
3. Подготовка вопросов анкеты для проведения онлайн и офлайн опросов и интервью	До 11 апреля 2024	11.04.2024	Разработан гайд интервью и анкеты	Сергиевская Н. Скрынникова Л. Богомолова А.
4. Составление списка респондентов для интервью, опроса	До 15 апреля 2024	14.04.2024	Составлены списки респондентов, стейкхолдеров	Скрынникова Л.
5. Сбор и обработка данных	До 30 апреля 2024	28.04.2024	Транскрипты интервью, одномерные таблицы с данными опросов	Щедрина А.
6. Подготовка ТЗ на анализ данных	До 20 апреля	20.04.2024	ТЗ на анализ данных	Богомолова А.
7. Анализ собранных данных	До 30 апреля 2024	15.05.2024	Проведен качественный и количественный анализ собранных данных	Щедрина А.
8. Подготовка аналитического отчета по результатам собранных данных	До 30 мая 2024	13.06.2024	Подготовлен аналитический отчет по результатам анализа собранных данных	Щедрина А.
9. Подготовка презентации на Форуме и подготовка сценария выступления	До 15 мая 2024 года	10.06.2024	Презентация и сценарий выступления	Богомолова А.
10. Проверка отчета об анализе данных и согласование его с командой участника проекта	До 15 мая 2024 года	16.06.2024	Согласованный отчет об анализе данных	Богомолова А.

План-график корректировался и уточнялся по мере выполнения этапов оценки.