

Международный детский фонд "Дети Саха-Азия"

Оценка эффективности медиапроектов
МДФ «Дети Саха-Азия»
(программы «Будем вместе») на снижение
уровня сиротства, развитие института
приёмной семьи

Команда "Чмелята"

Студенты 3 курса:

Геращенко
Кристина

Плотников
Георгий

Подвысоцкая
Полина

Сучкова
Алёна

Пащенко
Иван

Крылова
Полина



Международный детский фонд "Дети Саха-Азия"

Миссией Фонда является содействие созданию современных условий для всестороннего развития и совершенствования индивидуальных способностей детей Республики Саха (Якутия).

Телевизионный социальный проект **«Будем вместе»** является основным инструментом коммуникации Фонда. Телепередача направлена на содействие устройству детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей в семьи.

Проблема

Формирование увеличивающего желание
принять ребенка в семью формата телепередачи
“Будем вместе”

Цель исследования

Определить стратегию формирования стимулирующего формата телепередачи “Будем вместе”, направленного на уменьшение уровня детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей и подлежащих семейному устройству в республике Саха.

Задачи исследования

1. Выявить отношение целевой аудитории к телепередаче “Будем вместе”

2. Выявить ключевые аспекты формирования телепередачи, вызывающие доверие целевой аудитории

3. Определить влияние телепередачи на возникновение идеи стать приемным родителем у целевого сегмента аудитории

4. Определить, в чем заключается трудность в восприятии образа телепередачи, вызывающего доверие у целевой аудитории фонда

5. Определить вектор развития телепередачи, повышающий полезность для целевой аудитории

Методология

01

Контент-анализ рубрик

Выявление корреляций между характеристиками рубрик и взятием ребёнка в семью/ популярностью видеороликов/ годом выхода передачи

02

Фокус-группа

Выявление функций телепередачи и глубинных признаков, влияющих на восприятие телепрограммы

03

Количественный опрос (174 ответа)

Выявление показателей, которые влияют на оценку передачи в целом и её рубрик

Контент-анализ рубрик программы «Будем вместе»

```
graph TD; A[«Будем вместе»] --> B[«Мнение специалиста»]; A --> C[«Ищу семью»]; A --> D[«Выбираю добро»];
```

«Мнение специалиста»

«Ищу семью»

«Выбираю добро»

Анализ рубрики «Ищу семью»

639

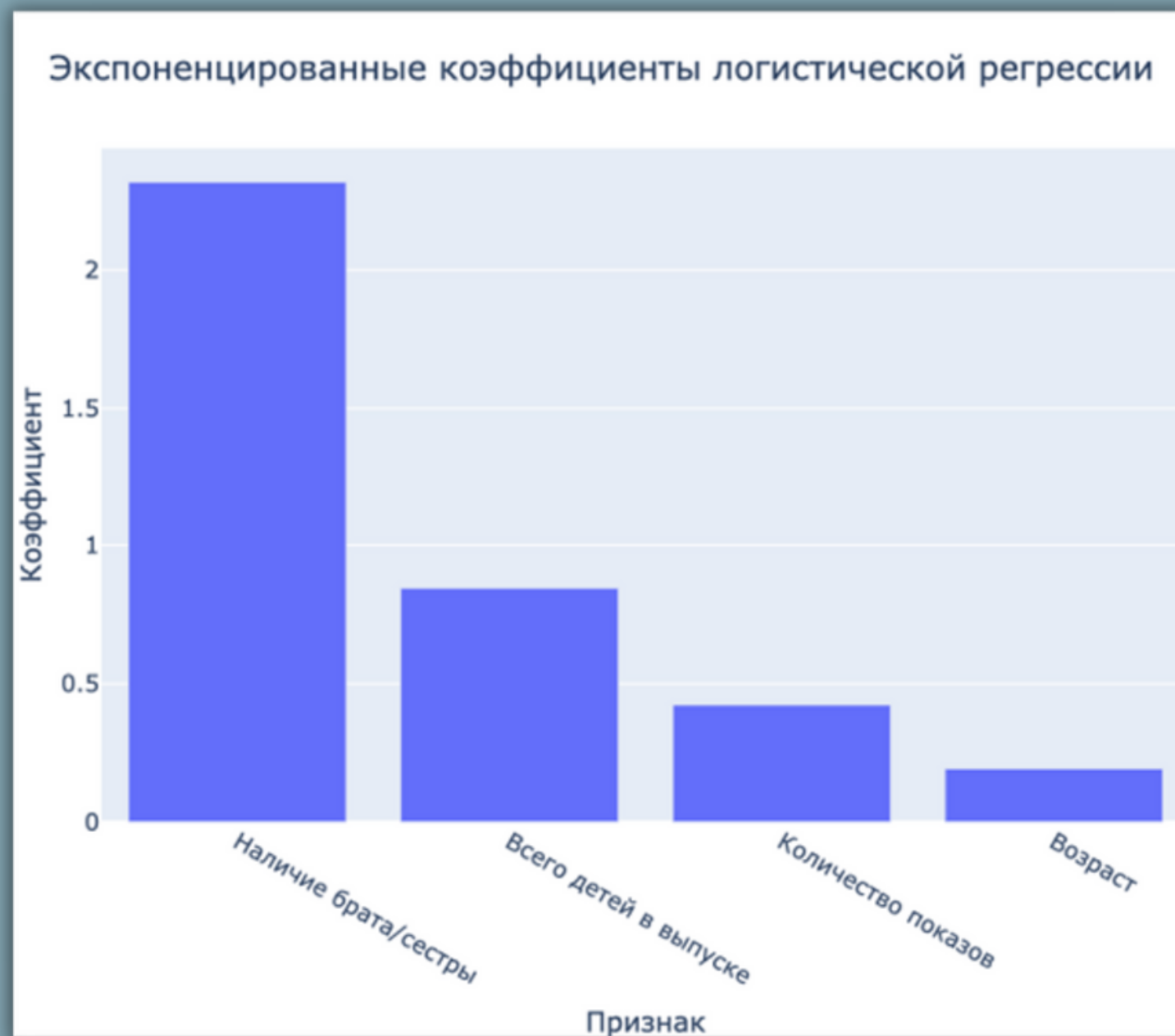
Выпусков
проанализировано

**8 марта 2013 -
15 января 2022**

Временной период,
охваченный в анализе
выпусков

Анализ рубрики «Ищу семью»

Для возможности интерпретации результатов коэффициенты логистической регрессии были экспоненцированы. Интерпретация проводилась по эконометрическим правилам.



1. При наличии брата или сестры вероятность того, что ребенок устроен, в 2,3 раза выше, чем вероятность того, что он не устроен
2. При увеличении количества детей в выпуске на 1 вероятность того, что ребенок устроен, на 15% ниже, чем вероятность того, что он не устроен
3. При увеличении количества показов на 1 вероятность того, что ребенок устроен, на 58% ниже, чем вероятность того, что он не устроен

Анализ рубрики «Ищу семью»

Анализ передач по годам



Наблюдается тенденция к снижению процента устроенных детей с годами.

Анализ рубрики «Ищу семью»

Анализ передач по годам



Среднее по столбцу "Первый показ или повтор" (где 1 — первый показ, а 2 — повтор) увеличивается из года в год. Соответственно, видеопаспорта детей чаще показываются повторно



Среднее по столбцу "Количество детей в выпуске" в последнее время увеличивается.

Анализ рубрики «Ищу семью»

Выводы

Наличие брата или сестры в 2,3 раза увеличивает вероятность того, что ребенок устроен в семью. Вероятнее всего, выпуски рубрики «Ищу семью» телепередачи «Будем вместе» будут более эффективны при создании акцента на том, что у показанного ребенка есть брат или сестра.

При увеличении количества показанных в выпуске детей на 1 вероятность того, что ребенок устроен в семью, снижается на 15%. Возможно, эффективность рубрики повысится при снижении количества показанных в одном выпуске детей. Данное количество с годами увеличивается.

Анализ рубрики «Мнение специалиста»

118

Выпусков
проанализировано

28 февраля 2015 -
23 апреля 2021

Временной период,
охваченный в анализе
выпусков

Анализ рубрики «Мнение специалиста»

Признаки, которые влияют на повышение просмотров выпуска

0,15

Освещение медицинских вопросов

0,053

Освещение психологических вопросов

0,043

Освещение вопросов, связанных с сопровождением выпускников детских домов

Признаки, которые влияют на понижение просмотров выпуска

-0,025

Совпадение темы ролика с названием ролика

-0,045

Число специалистов в выпуске

-0,05

Освещение юридических вопросов

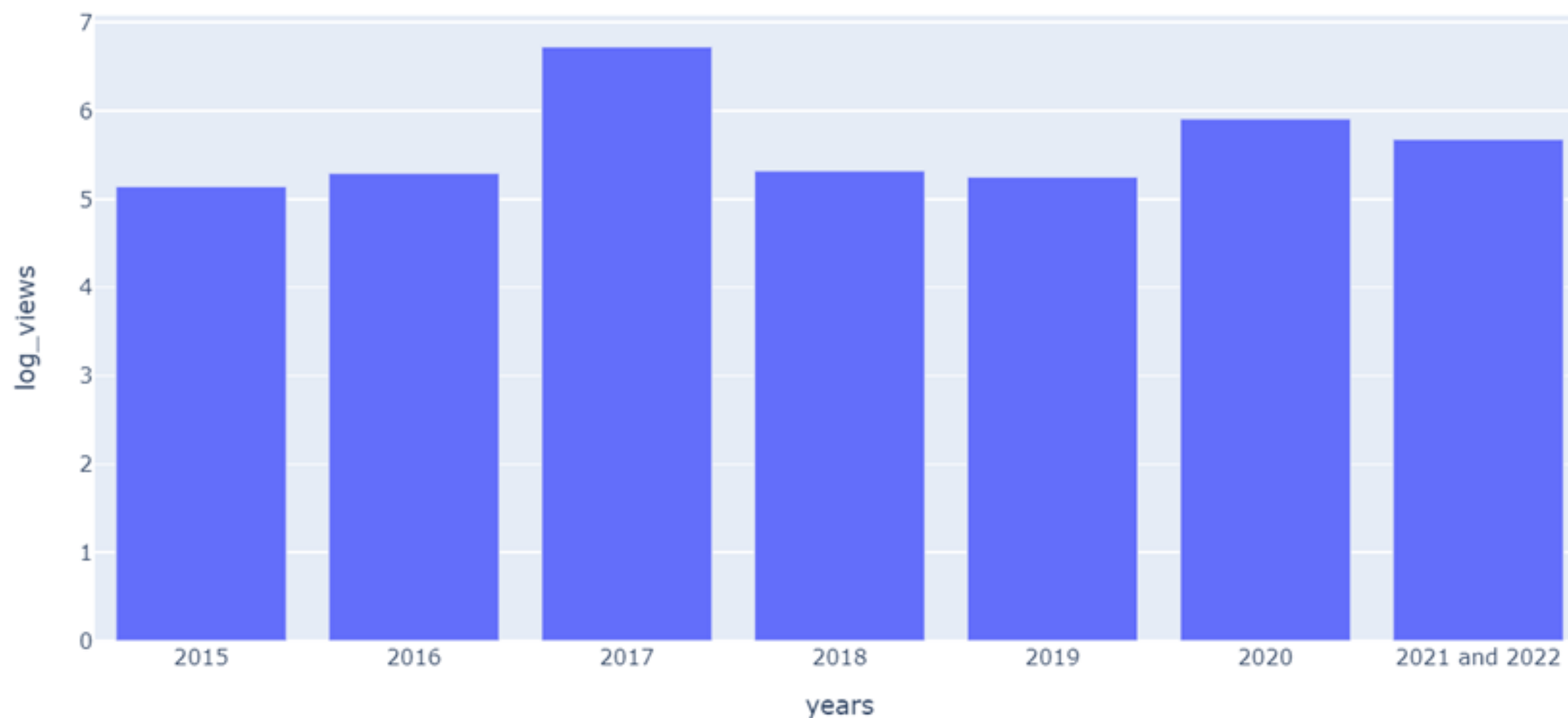
-0,13

Освещение вопросов по семейному устройству

Анализ рубрики «Мнение специалиста» по годам

Чтобы оценить, в каком году было наибольшее количество просмотров в среднем, было проведено логарифмирование данных. На стандартизированных данных видно, что количество просмотров в среднем в 2020 и 2021 выше, чем просмотры в 2015, 2016, 2018 и 2019 годах. **В последние годы передача стала набирать популярность.**

Выпуски за всё время и их просмотры (Logarithm)

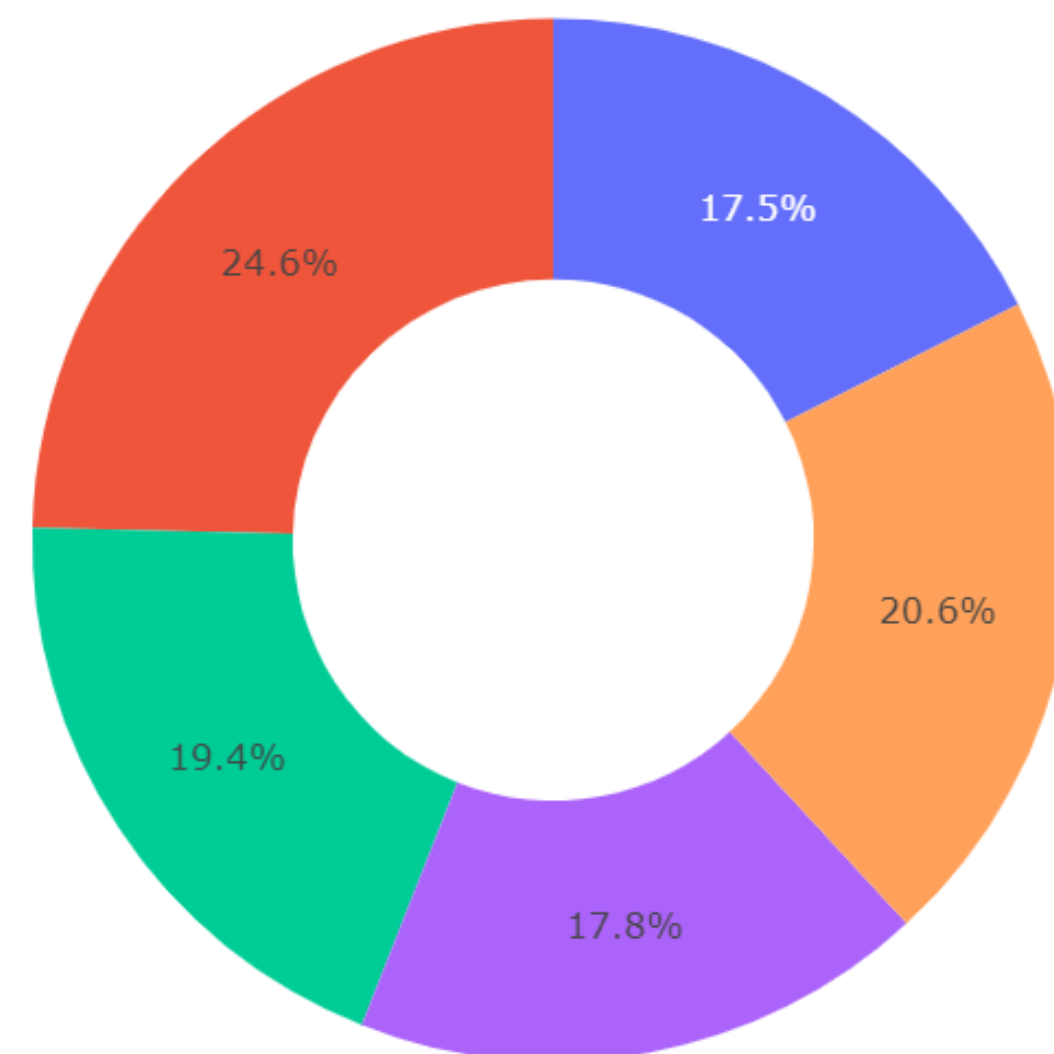


Кластеризация выпусков с рубрикой “Мнение специалиста”

Самый высокий средний показатель просмотров имеет 2 кластер - выпуски, посвященные сопровождению выпускников детских домов.

Стоит отметить, что на этом графике не включен Кластер 6, так как из-за выпуска с наибольшим количеством просмотров значения на графике значительно искажаются.

Среднее количество просмотров для каждого из кластеров (в долях)



■ Правовые вопросы
■ Вопросы семейного устройства
■ Выпуск с 2 специалистами

■ Вопросы сопровождения выпускников детских домов
■ Медицинские и психологические вопросы

Анализ рубрики «Мнение специалиста»

Выводы

Для поднятия популярности рубрики "Мнение специалиста", авторам телепередачи необходимо чаще освещать медицинские вопросы, так как их упоминание в ролике сильнее всего коррелирует с количеством просмотров.

Среди всех выпусков рубрики "Мнение специалиста" наиболее популярным является кластер выпусков, посвященных сопровождению выпускников детских домов.

Анализ рубрики «Выбираю добро»

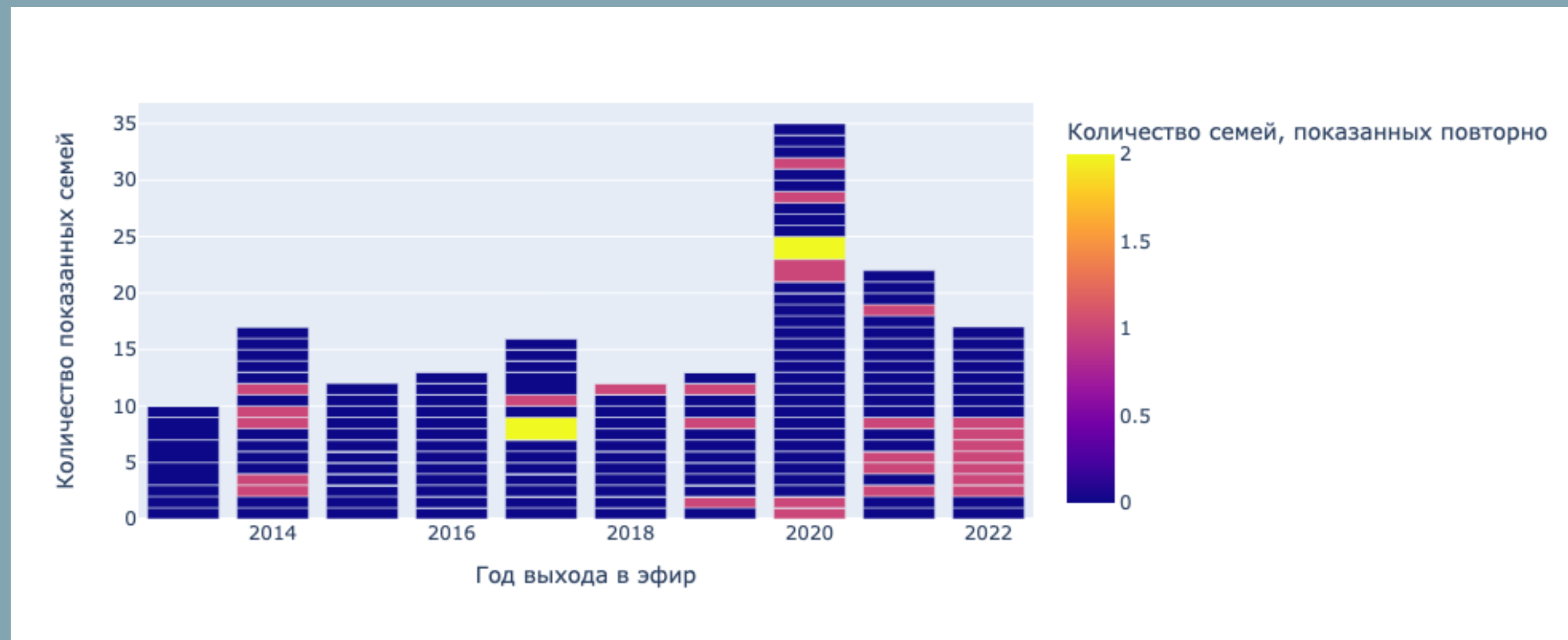
333

Выпусков
проанализировано

**22 февраля 2013 -
28 мая 2022**

Временной период,
охваченный в анализе
выпусков

Анализ рубрики «Выбираю добро»



С годами растет количество показанных семей, как впервые, так и повторно

2020 год — рекордный по количеству показанных семей, в частности, по количеству повторно показанных семей.

Анализ фокус-группы

Общий портрет информантов

У всех участников фокус-группы имеется от 2 приемных детей. Максимальное количество приемных детей достигает 22 ребенка в семье.

Хобби: хозяйство, рыбалка, охота, рукоделие, искусство, собственное хозяйство/бизнес, путешествия/туризм

Чаще всего информанты занимаются хобби вместе с детьми. Больше всего информанты увлекаются хозяйством, рыбалкой и охотой

Медиапортрет

Информанты говорили, что редко смотрят телевизор из-за нехватки времени, особенно летом.

Многие говорили, что смотрят исключительно новости, некоторые делают это каждый день.

Информанты выделяют полезную роль передачи «Будем вместе» во многом для своих семей, а не для семей, которые только планируют принять ребенка.

Анализ фокус-группы

Функции передачи

Информанты утверждают, что передача имеет **поучительный и познавательный эффект** для детей, так как там показываются другие семьи и то, как они живут.

Некоторые информанты **приняли решение взять детей из детдома** именно после просмотра передачи.

Информанты много говорили о том, что данная передача вызывает у них **сильные эмоции**, которые стимулируют их узнать больше о показанных детях.

Информанты также говорили, что любят смотреть эту передачу **в кругу семьи**.

“Нашу телепередачу «Будем вместе» — обязательно, сажаю всех детей и смотрим, чтобы они посмотрели на другие семьи и послушали, что дети говорят про своих родителей”

“Я благодарна этой передаче, потому что мы же нашли детей через эту передачу”

“Сильное самое впечатление, когда показывают детей ..., хочется сразу телефон взять, позвонить и узнать, где и как ...”

“У нас тоже это самая любимая передача, которую мы в кругу семьи смотрим

Анализ фокус-группы

Сильные стороны передачи

Самой узнаваемой назвали **музыку проигрыша** и перебивок программы. У всех информантов появляется прямая ассоциация с передачей, как только они услышат музыку.

Информанты говорили, что им больше нравятся сюжеты, где показывается **больше количество детей** и они сами рассказывают о себе, своих талантах и родителях.

“Как это сказать, когда слышишь эту музыку... Уже сразу ассоциация”

“Вот это вообще очень нравится, когда сами дети рассказывают про свою семью”

Анализ фокус-группы

Предложения по улучшению телепередачи

Информантам было интересно увидеть то, **как изменилась жизнь у приемных детей** с приходом в семью, спустя несколько лет и после выпуска из семьи.

Многие информанты говорили о том, что стоит **показывать родных детей** в семье, то, как они реагирует на новых братьев и сестер.

Почти все информанты говорили о том, что для наглядности и понимания нужно показывать не только положительные аспекты взятия ребенка в семью, но и отрицательные, **различные проблемы и сложности, с которыми могут столкнуться приемные родители.**

“...через 5 лет эту семью (показывать) хорошо бы заново”

“Я вот еще хотела, как бы в передаче чтоб ещё вот родных детей тоже брали интервью, <...> начинается уже как бы как бы борьба, конкуренция”

“целенаправленно показать проблему одной семьи и через какое-то время как эта проблема решилась”

“... надо всё равно как-то показывать другую сторону медали”

Анализ фокус-группы

Предложения по улучшению телепередачи

Все информанты были солидарны с тем, что нужно уделять большее внимание в рубрике «Мнение специалиста» юристам, которые будут **рассказывать о правах и возможностях приемных семей**, объяснять, что нужно для того, чтобы стать приемными родителями.

Респонденты говорили также о **важности психолога** в рубрике «Мнение специалиста». Многие из них делились тем, что благодаря несложным советам психолога дети смогли раскрыться, побороть свои комплексы и травмы.

“ В «Мнение специалиста», как юридические вот эти да, время хотела бы продлить не знаю, минуту 5 или 3.”

“Да и быстренько проконсультировать и все это всегда лучше доходит, коротко и ясно.”

“Оказывается эта психологическая помощь очень нам нужна”

Анализ фокус-группы

Выводы

Информанты не так часто смотрят телевизор, но готовы выделять время на просмотр передачи «Будем вместе», так как она помогает в воспитании детей, позволяет почувствовать единство с семьей и имеет катарсический эффект. У передачи выделяются сильные технические стороны, такие как **узнаваемая музыка, качество сюжетов, динамика.**

В качестве рекомендаций были выделены: Добавление юриста в рубрику “Мнение специалиста”, добавление взаимодействий родных детей с приемными в программу, сюжеты о детях, которые несколько лет уже живут в приемных семьях, демонстрация негативных качеств ребенка, уменьшение эфирного времени программы и запуск эфиров в выходные дни.

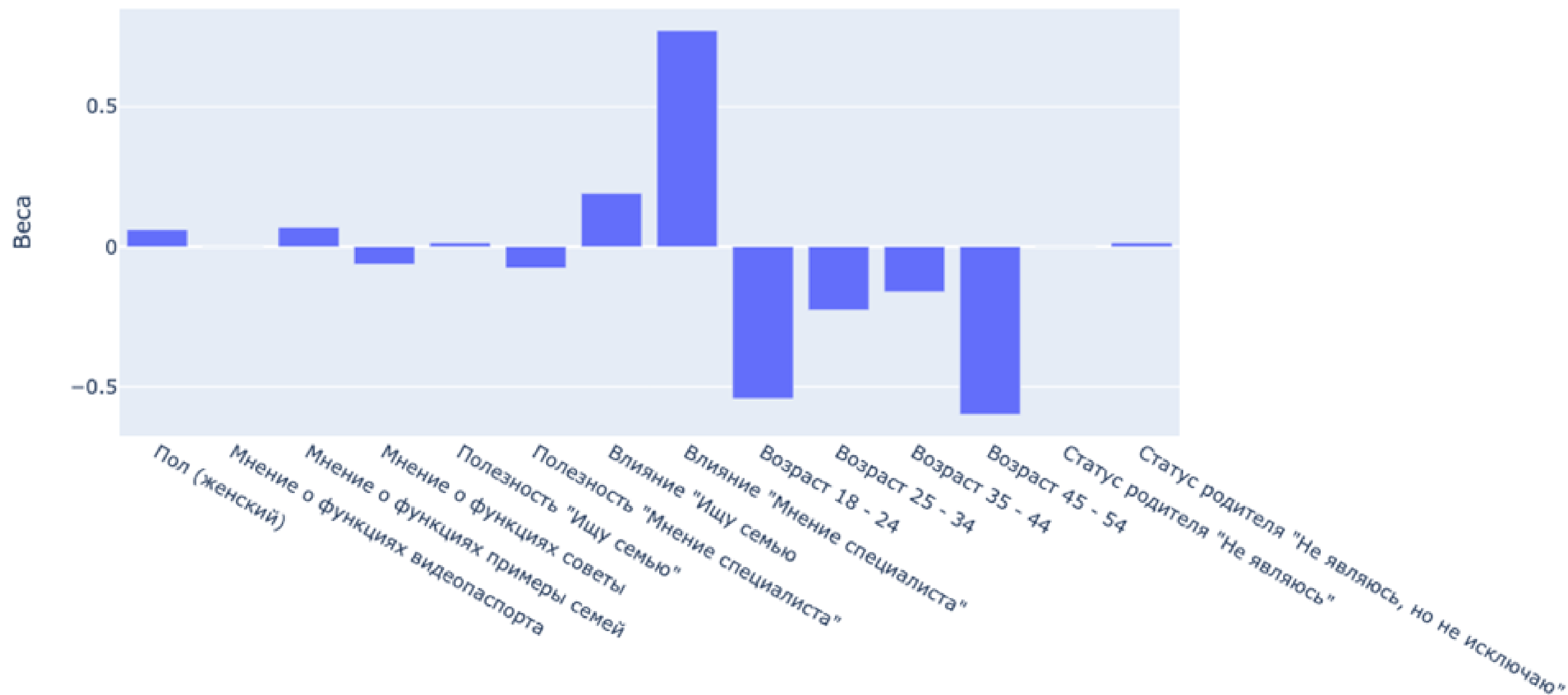
Анализ опроса

Для выявления показателей, которые влияют на оценку передачи в целом и её рубрик, был составлен опрос:

- Он состоял из двух блоков.
- В итоговую выборку вошло 174 человека, проживающих на территории Якутии, в возрасте от 18 до 55+ лет, 140 женщин и 34 мужчины.
- Методология блок 1: предсказательные модели на основе дерева решений, регуляризации Лассо и линейной регрессии.
- Методология блок 2: корреляция Пирсона.

Блок 1

Веса признаков для оценки эффективности рубрики 'Выбираю добро' Lasso



Блок 1

Переменные, которые вносят самый большой вклад в предсказания:

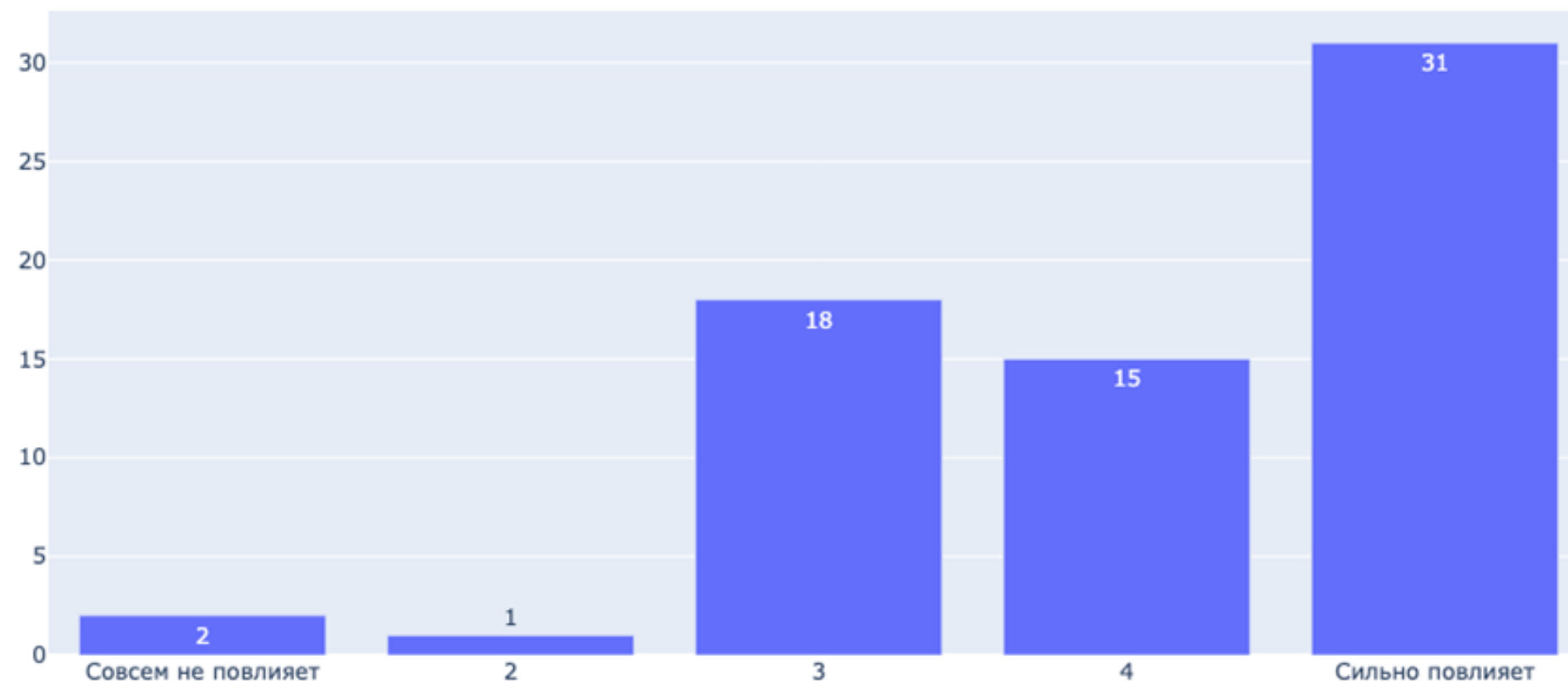
- Оценки полезности и влияние отдельных рубрик передачи.
- Возраст респондента
- Статус респондента как приёмного родителя

То есть именно, эти переменные формируют оценку, насколько эффективна та или иная рубрика для респондента.

Блок 2

Оценка влияния передачи и её рубрик на решение стать приемным родителем

Насколько сильно передача "Будем вместе" может повлиять на решение стать приемным родителем?



Среднее по оценке влияния передачи в целом: 4,07

Среднее по оценке влияния рубрики "Выбираю добро": 4,18

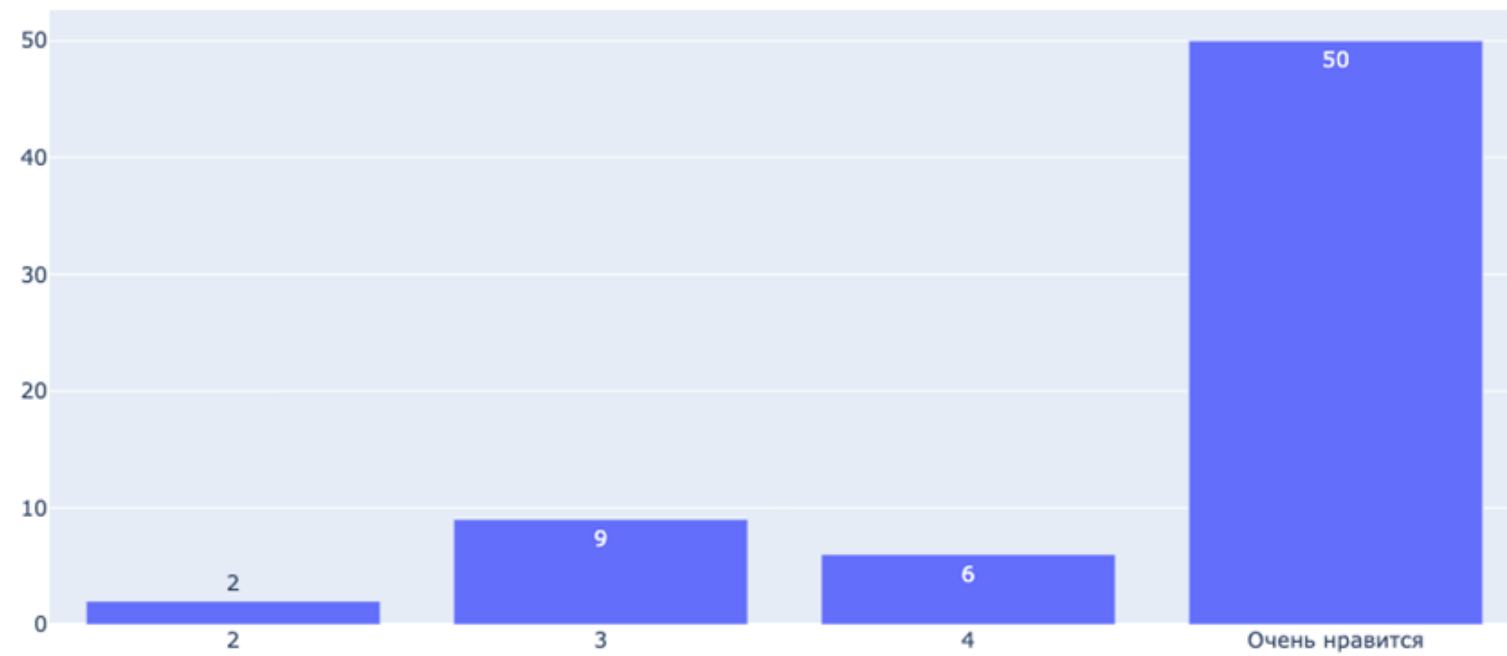
Среднее по оценке влияния рубрики "Мнение специалиста": 4,15

Среднее по оценке влияния рубрики "Ищу семью": 4,34

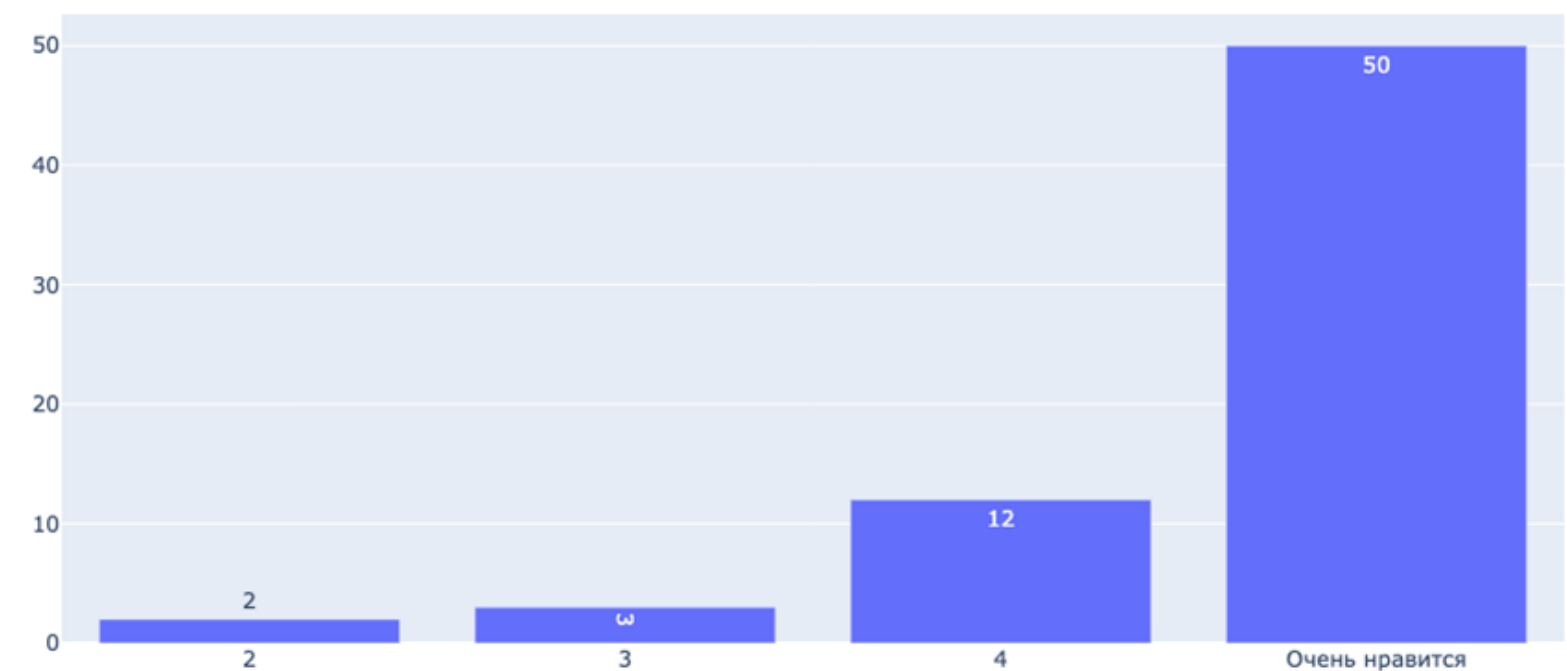
Блок 2

Оценка качества технических составляющих передачи

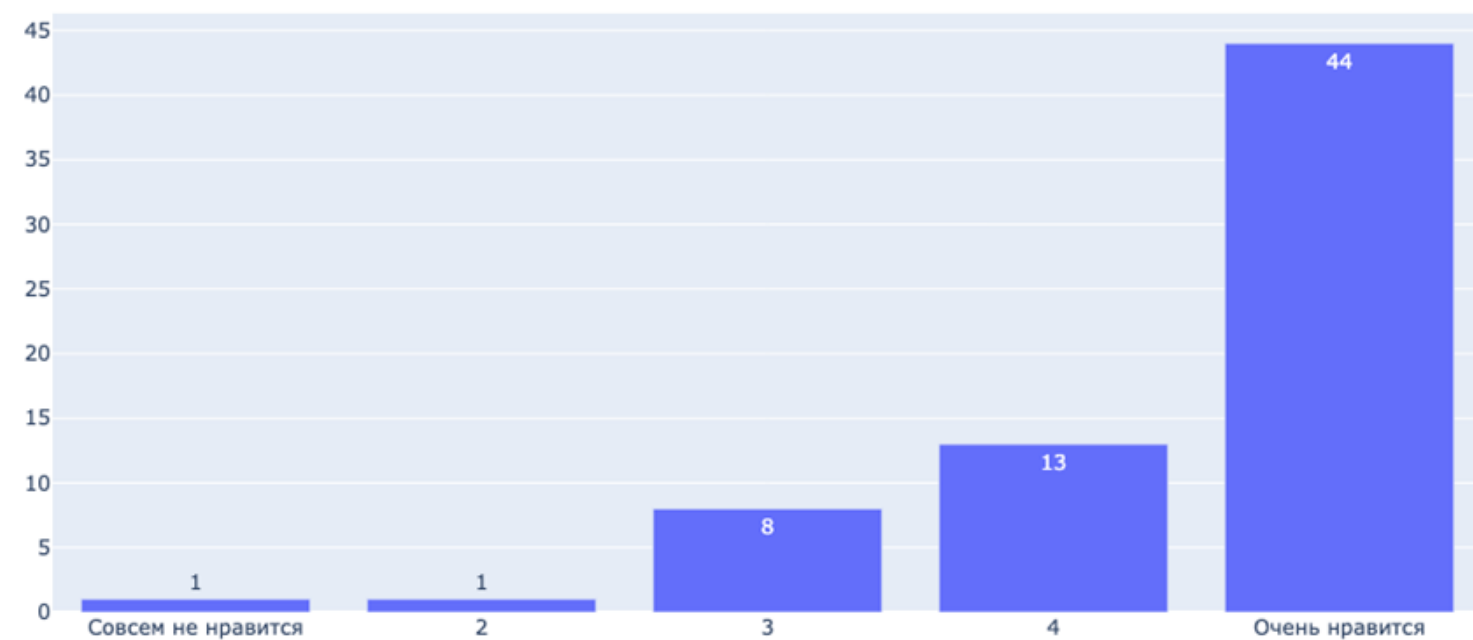
Оцените музыкальное сопровождение



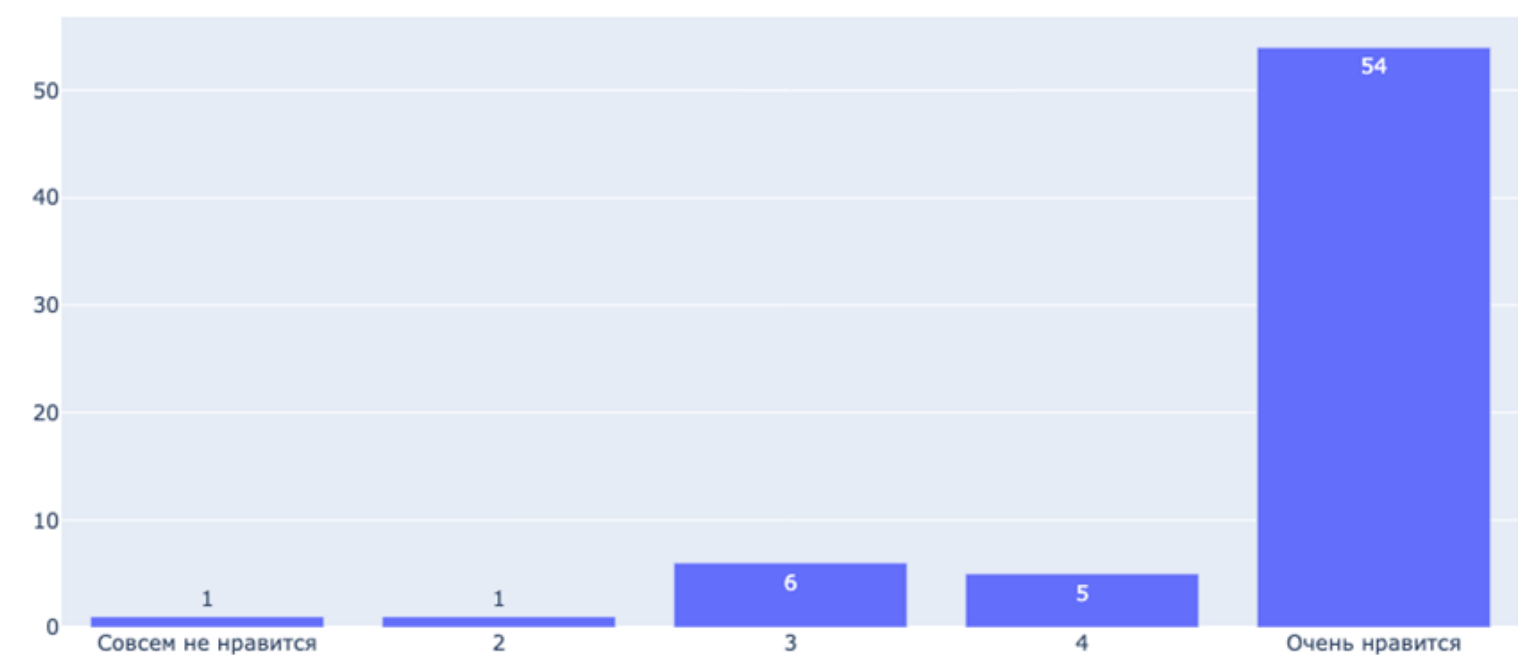
Оцените работу ведущей



Оцените визуальное графическое оформление (заставка, шрифт, цвета графических элементов)



Оцените операторскую работу (качество съемки, выбор ракурсов)



Блок 2

Связи между переменными через корреляции Пирсона

- Обнаружилась связь между тем, как респонденты оценивают технические составляющие передачи, и тем, как они оценивают влияние передачи и ее рубрик на решение стать приемным родителем
- Статус респондента как приёмного родителя и оценка качества технических составляющих передачи
- Пол и оценка влияния рубрики на решение человека стать приёмным родителем

Результаты анализа опроса

В целом на данный момент передача “Будем вместе” имеет довольно высокие показатели как качества её технических составляющих, так и влияния на решение стать приёмным родителем.

Также выявилось несколько связей, указывающих на то, что технические составляющие передачи могут влиять на её восприятие и наоборот. Ещё, исходя из коэффициентов корреляции есть основания предполагать, что пол и статус “родителя” могут влиять на видение и восприятие передачи, но для подтверждения этого требуется провести дополнительный анализ.

Ответы на открытые вопросы

Государственная поддержка

*“Я бы показала, побольше, шире раскрыть, как **поддерживает государство таких семей**”*

Информация о повзрослевших детях

*“Да, как **живут дети из приемных семей после совершеннолетия**. Очень интересно. Положительный опыт будет полезен увидеть и другим.”*

Информация о биологических родителях детей

*“Я бы добавила краткую информацию о **здоровье ребенка, историю болезни и если можно информацию о биологических родителях**”*

Предложения по советам для родителей

*“**Развивашки для маленьких детей**, готовимся в школу, готовимся стать студентом для выпускников”*

*“**Юридические , правовые консультации**”*

*“**Консультация врача**”*

*“Я бы добавила **советы о подводных камнях**, которые ждут родителей, чтобы они морально были готовы ко всему”*

*“Я бы добавила **подход и общение с ребенком**”*

Повседневная жизнь

*“Да, **материала из ежедневной жизни детей**”*

*“Я бы добавила рубрику **немного из жизни детей-сирот**, интервью, видеоподборка, и.т.д.”*

Заключение и рекомендации

Опрос

Респонденты, знакомые с передачей, высоко оценили показатель влияния «Будем вместе» на **решение стать приемным родителем и уровень полезности.**



У передачи уже сформирован **хороший репутационный образ.**
Аудитория положительно оценивала технические составляющие передачи (операторская работа и визуальное графическое оформление).

Заключение и рекомендации

Фокус-группы

- 1 Многие респонденты указывали на трансляцию слишком поверхностного образа приемных семей и детей. Важно предавать огласке **проблемы и трудности, с которыми сталкиваются приемные семьи.**
- 2 Необходимо дополнительно **освещать юридические вопросы** в рубрике «Мнение специалиста».
- 3 Рекомендуем расширить формат рубрики о приемных семьях и **показывать, как изменилась жизнь приемных детей через несколько лет.**

Заключение и рекомендации

Контент-анализ

Благодаря контент-анализу рубрик, мы можем сформулировать несколько рекомендаций для повышения интереса аудитории и готовности принять ребенка в семью:

- 1) Делать акцент на наличии брата и/или сестры, если у ребенка они есть
- 2) Не показывать более 2-3 детей за выпуск
- 3) Чаще освещать медицинские вопросы

Трудности, с которыми столкнулась команда

- 1 Разница в часовых поясах с Якутией → Поиск компромисса для созвонов
- 2 Якутская речь на фокус-группах → Нахождение переводчика
- 3 Отсутствие доступа к компьютеру у части населения → Для опроса: привлечение районных опеков для обеспечения нужного количества респондентов
Для фокус-групп: форсированное проведение фокус-групп во время Слета приемных родителей

Заключение и рекомендации

Телепередача уже имеет достаточно высокий репутационный уровень среди телезрителей Якутии. Она является сильным психологическим плацдармом, осуществляющей как **воспитательные**, так и **просветительские** функции.

Таким образом, мы не рекомендуем в корне менять образ телепередачи, а лишь внести в нее вышеуказанные коррективы.