

# **ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ГРАЖДАНСКИЙ ФОРУМ 2017 «ТЕХНОЛОГИИ И ПРАКТИКИ ПО РАЗВИТИЮ ГОРОДСКИХ И СЕЛЬСКИХ СООБЩЕСТВ»**

Составители: Алейниченко Э.Р., Бахмин В.И.

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

<b>Вступление .....</b>	<b>2</b>
<b>Добрый город .....</b>	<b>4</b>
<b>Центр активных людей (ЦАЛ) .....</b>	<b>11</b>
<b>Лаборатория социальных инициатив .....</b>	<b>17</b>
<b>Общественно-активная школа (ОАШ) .....</b>	<b>21</b>
<b>Altourism .....</b>	<b>26</b>
<b>Мини-курсы самозанятости жителей .....</b>	<b>28</b>
<b>Волонтерский четверг .....</b>	<b>31</b>
<b>Фестиваль «Городские гражданские выходные» .....</b>	<b>34</b>
<b>В городе ничего не происходит .....</b>	<b>38</b>
<b>Соседский центр .....</b>	<b>41</b>
<b>Добрососедство .....</b>	<b>47</b>
<b>Центр продюсирования городских инициатив .....</b>	<b>50</b>
<b>Паспорт социальной активности территории .....</b>	<b>56</b>

## Вступление

Некоммерческий сектор за последние десятилетия разработал, адаптировал и опробовал немало успешных социальных практик. Часть этих практик можно считать социальными технологиями, то есть проектами или программами, которые могут быть разбиты на конкретные процедуры и операции доступные для повторения и тиражирования. Именно правильно описанная социальная технология создает возможность тиражировать приемы и методы, многократно повторять их, а также применять в аналогичных обстоятельствах в другой социальной ситуации или процессе. Однако, пока наличие множества реализованных социальных практик не приводит к их активному использованию. Как правило, апробированная некоммерческой организацией технология, в лучшем случае продолжает использоваться только данной НКО, хотя иногда даже публикуется в виде методического описания. В худшем случае она описывается в отчете о реализации проекта и дальше не применяется.

Условия, необходимые для широкого распространения работающих социальных технологий будут обсуждаться в рамках Общероссийского Гражданского Форума (ОГФ) на площадке «Технологии и практики по развитию городских и сельских сообществ». В ходе подготовки к ОГФ экспертами был предложен краткий вариант описания тиражируемой технологии, который позволяет понять её суть, определить необходимые для её применения ресурсы, получить информацию о том, где, кем и когда технология применялась, а также ссылки на материалы с более подробными сведениями об этом опыте. Чтобы опробовать предложенную структуру описания технологии, организаторы площадки решили выявить и подготовить для участников дискуссии краткое, форматированное описание некоторых технологий по развитию городских и сельских сообществ, которые претендуют на тиражируемость. Этот сборник перед вами.

Ввиду сжатых сроков для сбора описаний работающих практик и технологий все тексты даны в авторской редакции, хотя была сделана попытка привести описания к единому формату. В описаниях речь не всегда идет о конкретных, четко структурированных технологиях. Представлены также кейсы, которые можно рассматривать скорее, как зонтичные идеологии, включающие целый набор технологий и практик. И хотя все эти описания разного качества, важно, однако, что они отражают разнообразие ресурсов и возможностей, которые доступны организациям, активным жителям, компаниям и фондам, заинтересованным в развитии местных сообществ.

Предложенная структура:

1. Название технологии, территория и сроки реализации
2. Автор технологии (носитель, распространитель), контактная информация;
3. Проблема, на решение которой направлена технология, цель применения и целевая аудитория;
4. Алгоритм реализации технологии (краткое описание последовательности того, что и как именно нужно делать);
5. Планируемые результаты;
6. Показатели успеха технологии;
7. Необходимые ресурсы (материально-технические ресурсы, начальные финансовые ресурсы для старта и поддерживающий ресурс - для продолжения и устойчивости);

- 8.** Команда (минимально необходимое количество членов команды, квалификационные и иные требования, необходимое обучение)
- 9.** Условия применения (какие дополнительные условия необходимы для успешного применения технологии – наличие сформированного сообщества, территория, партнеры и т.д.);
- 10.** Дополнительные материалы в сети интернет о технологии и результатах ее применения.
- 11.** Что-то дополнительное, что считают важным сказать авторы технологии для тех, кто готов ее внедрять на других территориях.

# Добрый город

## 1. Название технологии

**Технология «Добрый город» - организация городских благотворительных фестивалей с целью объединения ресурсов для решения социально значимых проблем территории.**

### Территория

32 региона из не менее 5 федеральных округов, где уже распространена технология и планируется ее развитие:

Санкт-Петербург, Архангельская область, Калининградская область, Ленинградская область, Мурманская область, Псковская область, Нижегородская область, Пензенская область, Новосибирская область, Иркутская область, Краснодарский край, Пермский край, Самарская область, Оренбургская область, Омская область, Ульяновская область, Приморский край, Кировская область, Тамбовская область, Республика Башкортостан, Пермский край, Республика Крым, Республика Карелия, Хабаровский край, Астраханская область, Челябинская область, Красноярский край, Республика Саха Якутия, Воронежская область, Ростовская область, Тульская область, Вологодская область.

К осени 2017 года к Содружеству «Добрых городов» примкнуло свыше 80 городов, поселков из разных областей России.

### Сроки реализации

Впервые фестиваль «Добрый Питер» был проведен в Петербурге в 2006 году. Фестиваль был успешным, активно развивался и инициативу подхватили другие регионы РФ.

В 2013 Партнерство фондов местных сообществ выступило с предложением передать технологию в регионы, так как она способна повысить активность людей, направить их деятельность на решение местных социально значимых задач.

За период 2013-2016 годов были реализованы два крупных межрегиональных проекта по развитию Содружества Добрых городов:

«Распространение технологии «Добрые города» для поддержки СО НКО и активизации местных сообществ» (2013-2015 гг., финансирование МЭР) и «Добрые города – формула устойчивости» (2015-2017 гг., финансирование МЭР).

В 2017 году работу Содружества Добрых городов в рамках проекта «Содружество «Добрые города» - новый этап: социальные технологии для развития российских регионов с активным вовлечением сообществ» поддержал ФПГ.

## 2. Автор технологии (носитель, распространитель)

### Название организации

Благотворительный фонд «Добрый город Петербург» (правоприемник МБОО «Центр РНО»)

Контакты: 191040, г. Санкт-Петербург, Лиговский пр., д. 87, офис 300, тел.: (812) 718-37-94,

Сайты: <http://dobrygorod.spb.ru/>, <http://dobryegoroda.ru/>, <http://dobrypiter.ru/>

## **Контактная информация**

Дарья Сергеевна Буянова – директора Фонда ([d.buynova@dobrygorod.spb.ru](mailto:d.buynova@dobrygorod.spb.ru))  
Николаева Юлия Борисовна – координатор проекта «Добрые города»  
[j.nikolaeva@dobrygorod.spb.ru](mailto:j.nikolaeva@dobrygorod.spb.ru), 8 931 003 3057

## **3. Проблема, на решение которой направлена технология, цель применения и целевая аудитория**

При развитии технологии «Добрых городов» применяется не проблемный, а ресурсный подход. В рамках внедрения технологии в начале не обозначается проблема, а определяется актуальное направление развитие и инвентаризируются ресурсы, которыми располагают жители данной территории.

Технология направлена на активизацию местных сообществ, привлечение местных ресурсов, в том числе добровольческого труда и частных пожертвований граждан, для решения актуальных социально значимых задач, повышение прозрачности и расширение деятельности общественных организаций и инициативных групп на конкретной территории.

## **4. Алгоритм реализации технологии (краткое описание последовательности того, что и как именно нужно делать)**

Объединение ресурсов ЖИТЕЛЕЙ, власти, бизнеса, СМИ и НКО + Общая цель – развитие благотворительности и добровольчества для более комфортной жизни в городе + Общее городское мероприятие (фестиваль/марафон/акция/ярмарка)

### Как город становится Добрым

Шаг 1. Появляется активная некоммерческая организация:

Знающая свой город и регион

Устойчивая и имеющая ресурсы

Опытный организатор

Имеющая репутацию и историю, способная объединить разных участников

Шаг 2. Организация изучает технологию:

Обменивается опытом с другими,

Участвует в стажировках, конференциях, дистанционных обучающих курсах

Шаг 3. Организация собирает партнеров и проводит городское событие, вовлекая жителей.

Технология Добрых городов уникальна тем, что начала распространяться «снизу», через самоорганизацию участников. Технология создана в России для России, апробирована в разных регионах с учетом их специфики, и способствует, как укреплению ресурсных центров, так и активизацию местных жителей через деятельность отдельных организаций.

В чем причина того, что появившийся в Петербурге фестиваль дал старт целому российскому движению, где наряду с мегаполисами и небольшими городами немалых успехов добились и сельские поселения?

По результатам прошлых лет можно назвать несколько причин высокого спроса на технологию:

во-первых, это универсальность и высокая адаптивность к различным региональным условиям. Базовый принцип технологии – объединение НКО, жителей и других сторон

вокруг актуальной для сообщества проблемы в едином событии. Сейчас среди Добрых городов появилось более 50 форматов событий и акций ([www.dobryegoroda.ru](http://www.dobryegoroda.ru)). Часть из них мы считаем «ноу хау» региональной благотворительности.

во-вторых, фестиваль «Добрый город» становится точкой городской активности. Он притягивает НКО, горожан, сообщества, власти, компании и СМИ. Из набора инструментов технологии любой город или поселение могут сложить свой подход, и начать на городском/поселенческом уровне вовлекать население в развитие территории. Мы считаем, что в ситуации, когда необходимо повышать эффективность использования местных ресурсов и вовлекать население, фестивали "Добрый город" способны стать "точкой притяжения" для всех сторон.

#### Для чего эта технология?

- Фандрайзинг в масштабах города
- Технология адаптируется под местные условия
- Для жителей и вместе с жителями
- Событие для горожан, где каждый может:
  - ✓ сделать доброе дело
  - ✓ стать благотворителем
  - ✓ узнать больше о городских НКО и адресах помощи

## **5. Планируемые результаты**

- Технология Добрых городов получит распространение дальше в регионы. Более 50 новых территорий присоединятся к Содружеству: проведут у себя фестивали Добрый город или запланируют их проведение в 2018 – 2019 гг.
- Региональная благотворительность и работа с ресурсами будут впервые масштабно описаны для городов и территорий разного размера и разных условий. Будут подготовлены региональные эксперты из членов Содружества, которые смогут консультировать на местном уровне представителей НКО, бизнеса и власти, способствуя активизации населения. Члены содружества будут более активно и успешно вовлекать в свою работу горожан, городские сообщества.
- «Добрые города» станут более узнаваемым и доверенным брендом для населения и местных компаний/СМИ/властей, что подтвердится появлением новых партнерств, количеством вовлеченных людей, объемом собираемых средств и ростом участия добровольцев (как на местном, так и на федеральном уровне).

#### **Дальнейшее развитие проекта:**

- Охват движения Добрых городов за 4 года вырос с 15 до 52 городов и 20 поселений. Это подтверждает, что технология является универсальной, устойчивой и укореняется на территориях.
- Проект позволит Содружеству вырасти вдвое, нарастить компетенции, укрепить внутренние связи и улучшить продвижение.
- Подготовленные эксперты продолжают распространять технологию на новые территории.
- Развитие Содружества и результаты федеральной информационной кампании позволят привлекать новые ресурсы.
- Ведение базы данных городов позволит делать выводы об оценке эффективности проекта, а также продолжать мониторинг новых и старых Добрых городов.
- Фонд продолжит привлекать партнеров для поддержки Содружества.
- В долгосрочной перспективе рассматривается создание целевого капитала на развитие Содружества Добрых городов.

## 6. Показатели успеха технологии

- Существует и развивается 10 лет
- Дважды получила поддержку Минэкономразвития (2013-2015, 2015-2017)
- За последние 3 года технологию изучали свыше 1000 специалистов более чем из 400 СО НКО.
- За последние 3 года к содружеству примкнуло 42 города.
- Рекомендована Партнерством ФМС для распространения среди фондов местных сообществ.
- Получили диплом в номинации «Поддержка местных инициатив и самообложения» конкурса Всероссийского Совета местного самоуправления

## 7. Необходимые ресурсы (материально-технические ресурсы, начальные финансовые ресурсы для старта и поддерживающий ресурс - для продолжения и устойчивости)

### Площадки для проведения акций.

Нужно загодя договариваться о проведении акций.

### Бизнес партнеры:

- административные расходы;
- отдельные статьи бюджета;
- проведение различных акций.

Предложить пожертвовать свои товары, услуги, оборудование, транспорт, помещения и т.п.

Предложить пожертвовать время на: оказание услуг pro-bono; образование корпоративных волонтерских команд.

### Участие местной власти:

- получить финансовую поддержку — принять участие в государственных программах по поддержке СО НКО;
- получить информационную и организационную поддержку;
- получить нефинансовые ресурсы: помещение, автобус, оборудование, волонтеров и т.п.

### Заинтересованность СМИ:

- договориться о публикациях — лучше сразу о цикле (отсроченный PR эффект);
- приглашать к участию в событиях фестиваля (акции, пресс- конференции, пресс- туры и т.п.) — для репортажей от очевидцев;
- предлагать стать корпоративными волонтерами.

## 8. Команда (минимально необходимое количество членов команды, квалификационные и иные требования, необходимое обучение).

Фестиваль «Добрый город» — это масштабный проект, но, как правило, имеющий очень ограниченные административные ресурсы.

### 8.1 Функция: Руководитель проекта

Краткое описание обязанностей:

- Осуществляет общую координацию;
- Управляет проектной командой (сотрудники и волонтеры), обучает и мотивирует ее, распределяет обязанности и контролирует их выполнение;

- Ведет переговоры: бизнес, волонтеры, власть, СМИ;
- Ищет ресурсы: деньги и in kind;
- Контролирует качество реализации отдельных мероприятий (акций) и всего проекта;
- Делает отчетность: внутреннюю и внешнюю, содержательную и финансовую;
- Максимально оптимизирует и технологизирует все процессы — прагматично ориентируясь на цели и результат (достигаем — нет).

Примерное время на выполнение обязанностей:

50% занятости (80-100% во время фестиваля). Начинать лучше за полгода-год.

## 8.2 Функция: Менеджер по работе с НКО

Краткое описание обязанностей:

- Объявляет конкурс, отбирает и проводит встречи с НКО;
- Консультирует по возникающим вопросам;
- Помогает начать работу в ТЦ, решает все возникающие вопросы с администрацией, контролирует качество работы НКО в ТЦ;

Примерное время на выполнение обязанностей:

Около 100% занятости Минимум 2 месяца работы

## 8.3 Функция: Менеджер по подготовке акций и флешмобов

Краткое описание обязанностей:

- Придумывает формат в рамках общего концепта;
- Набирает команду;
- Проводит акции и флеш- мобы «под ключ».

Примерное время на выполнение обязанностей:

70% занятости В течение 1 месяца — в зависимости от количества и масштаба акций

## 8.4 Функция: Логист

Краткое описание обязанностей:

- Обеспечивает фестиваль всем технически необходимым: транспортом, полиграфией, сувенирной продукцией, футболками, шариками и т.п. — ведет переговоры с поставщиками, заключает договоры, раздает реквизит на акции.

Примерное время на выполнение обязанностей:

50% занятости минимум за месяц, лучше за 2-3 до начала фестиваля. В целом работы на 1 месяц

## 8.5 Функция: PR-специалист

Краткое описание обязанностей:

- Обновляет сайт фестиваля;
- Регулярно и оперативно освещает события и результаты фестиваля на сайте;
- Помогает составить и оформить итоговый отчет;
- Осуществляет PR фестиваля максимально эффективно с минимальным бюджетом;
- Обменивается баннерами;
- Работает с инфо-партнерами.

Примерное время на выполнение обязанностей:

40-50% занятости за месяц до, во время и 2 недели после фестиваля.

## 8.6 Функция: SMM- специалист

Краткое описание обязанностей:

- Регулярно размещает актуальную информацию в соответствующем стиле и форме подачи;
- Приглашает новых участников в группы;



- Продвигает сайт фестиваля в Интернете.

Примерное время на выполнение обязанностей:

Начинает за 2-3 недели до фестиваля и заканчивает через 1 неделю после. В среднем 80% занятости.

#### 8.7 Функция: Кураторы НКО

Краткое описание обязанностей:

Необходимы, когда количество НКО велико и менеджер по работе с НКО не справляется с данной работой или нет ресурсов сделать его оплачиваемым. В этом случае можно найти несколько толковых волонтеров, поделить между ними НКО, и они будут выполнять все функции менеджера по работе с НКО, подчиняясь напрямую директору фестиваля.

Примерное время на выполнение обязанностей: От 10 до 90% занятости до и во время фестиваля в зависимости от поставленных задач. 10% — до 60% — в процессе 20% — после фестиваля. Волонтеры выполняют различные задачи, необходимые для организации фестиваля.

#### 8.8 Функция: Бухгалтер

Краткое описание обязанностей:

- Осуществляет финансовые операции по проекту;
- Проверяет финансовые отчеты НКО о собранных и потраченных средствах;
- Консультирует по грамотности составления всех договоров и других финансовых документов.

Примерное время на выполнение обязанностей:

Максимум 50% занятости в течение фестиваля и 1 месяц после 25.

Безусловно, это идеальная картина, когда на каждую функцию есть отдельный человек. В жизни обычно есть 2-3 человека, а то и один, которые выполняют все эти функции. Как поступить вам — решайте сами. Важно не забыть про эти функции, а уж кому их выполнять — штатным сотрудникам за деньги, без денег (как внутреннее корпоративное волонтерство или в рамках своих функциональных обязанностей, за которые ваши сотрудники получают деньги из других источников) или волонтерам — решать вам, исходя из имеющейся ситуации и бюджета.

**9. Условия применения** (какие дополнительные условия необходимы для успешного применения технологии- наличие сформированного сообщества, территория, партнеры и т.д.

### **10. Дополнительные материалы в сети интернет о технологии и результатах ее применения**

<http://dobryegoroda.ru/broshyury/>

в частности:

[http://www.crno.ru/assets/files/skachat/The\\_kind\\_cities.pdf](http://www.crno.ru/assets/files/skachat/The_kind_cities.pdf)

### **11. Что-то дополнительное, что считают важным сказать авторы технологии для тех, кто готов ее внедрять на других территориях**

Управляйте

Фестиваль — это проект, который важно планировать по всем законам проектного менеджмента и, соответственно, им управлять! Если вы будете рассматривать его как набор различных действий, не связанных между собой, то и управление будет хаотичным,

а результат неутешительным. Не жалейте времени на тщательное продумывание и планирование, и тогда вы сэкономите время на этапе реализации, а также избежите различных непродуманных недоразумений.

#### Принципы Содружества Добрых городов

- Конкретная помощь конкретным нуждающимся;
- Профессионализм;
- Полная финансовая прозрачность;
- Объединение усилий стейкхолдеров;
- Вовлечение жителей в решение социальных задач;
- Равноправие жертвователей;
- Политический и религиозный нейтралитет.

Если вы хотите сделать свой город лучше, сделайте его Добрым городом!

<http://dobryegoroda.ru/>

# Центр активных людей (ЦАЛ)

## 1. Название технологии

### Центр активных людей (ЦАЛ)

#### Территория

Нижний Новгород, Киров, Мончегорск

#### Сроки реализации

2007 – 2017

## 2. Автор технологии (носитель, распространитель)

#### Название организации

Нижегородская ассоциация неправительственных некоммерческих организаций «Служение», [www.sluzhenye.org](http://www.sluzhenye.org); [www.rucal.ru](http://www.rucal.ru)

#### Контактная информация

Руководитель организации: Верба Евгения Карловна, исполнительный директор

Адрес: 603001, Нижний Новгород, ул. Рождественская, д.24, оф.12

Телефоны: (831) 431-35-64, 431-30-52 Факс: (831) 434-28-06

E-mail: [sluzhenye@gmail.com](mailto:sluzhenye@gmail.com)

## 3. Проблема, на решение которой направлена технология, цель применения и целевая аудитория

Стремясь к развитию гражданского общества, необходимо в первую очередь поддерживать и развивать те ростки гражданских инициатив, которые есть, но не могут пробиться «через асфальт» сомнений, неумения, недостаточности информации и ресурсов. Человек в первую очередь активен там, где он живет. Только люди, способные решать локальные проблемы своих территорий, способные инициировать и активизировать позитивные изменения в жизни своего дома, двора, микрорайона, способны реализовать свою гражданскую активность и в больших масштабах. Найти и поддержать таких людей, помочь им реализовать свой творческий и организаторский потенциал, достичь позитивных изменений и разделить радость от полученного результата с единомышленниками – значит, привести в движение мощнейший механизм самоорганизации людей, запустить процесс формирования осознанной ответственности людей за территорию, на которой они живут, и за качество самой жизни на этой территории.

И здесь самое время появиться нашему персонажу – в буквальном смысле действующему лицу, без которого механизм работает плохо или не работает вовсе, а процесс не дает нужного результата. Называется он социальный аниматор. По-русски сказать – общественный вдохновитель и воодушевитель.

Социальный аниматор – это не тот человек, который в одиночку решает проблемы местных сообществ. Социальный аниматор активизирует лидеров и помогает им сообща решать эти проблемы. Культура социального аниматорства предполагает создание «точек поддержки активности» - мест, куда бы каждый житель мог обратиться со своей инициативой, и, получив необходимую помощь, реализовать эту инициативу.

Целевые группы - сотрудники и клиенты НКО, активные члены ТОС, сотрудники и читатели библиотек, педагоги, органы школьного самоуправления и родительский актив школ, сотрудники и пользователи услуг домов культуры, клубов по месту жительства, редакционные коллективы и активные читатели районных СМИ, активные или потенциально активные граждане.

#### **4. Алгоритм реализации технологии (краткое описание последовательности того, что и как именно нужно делать)**

Для того чтобы организация стала работать по продвигаемой нами технологии ЦАЛ, необходимо было наличие нескольких условий:

- наличие готовности внедрять технологию ЦАЛ в свою профессиональную деятельность;
- наличие помещения и минимальной ресурсной базы (средства связи, офисная техника);
- специальная подготовка, обучение;
- созданная в микрорайоне коалиция, в которую, помимо ЦАЛов, входят школы, НКО, ТОСы, клуб или иные учреждения досуга по месту жительства и т.д.

Наличие последних двух критериев обеспечивается за счет специальной подготовки активистов ЦАЛов в рамках деятельности Школы социальных аниматоров и Форумов социальных аниматоров. Умение и осознанная необходимость создавать партнерства и коалиции, выступая инициаторами их создания и координаторами их работы является одним из направлений обучения, и созданная коалиция – одним из базовых критериев при отборе организаций для работы по технологии ЦАЛ.

Доказавшая свою эффективность разноуровневая (базовый и продвинутый уровни) программа Школы социальных аниматоров (ШСА) имеет в своей основе принцип обучения через практику.

Обучающие компоненты также внедрены в программу Форумов социальных аниматоров (экспертные сессии, тренинги и мастер-классы). Первый нижегородский форум социальных аниматоров состоялся в 2007 году и собрал лидеров ТОС и НКО, так или иначе использующих практики вовлечения населения (точнее сказать, его активного меньшинства) в решение различных социальных задач, а также экспертов в сфере развития местных сообществ из различных регионов России.

Формат форумов – выездные трехдневные встречи самых активных аниматоров – носителей лучших практик. Отличительной чертой этих Форумов является аниматорский принцип их проведения – форму и содержание всех компонентов Форума определяют не организаторы, а участники, они же проводят семинары и мастер-классы, они же решают, как эффективнее использовать коллективный опыт и знания на местах.

В 2011 году утверждены Принципы деятельности Центров Активных Людей:

##### Кто мы такие?

Центр активных людей – это место, куда может обратиться любой человек за поддержкой в реализации своих идей. Это способ решения конкретных проблем локальных территорий (двор, улица, микрорайон) силами людей, проживающих на этой территории. Это не специально созданная новая организация, а новое направление деятельности уже существующих успешных организаций.

##### Мы стремимся:

- помогать людям изменять и преобразовывать свою жизнь и жизнь окружающих к лучшему;

- помогать людям реализовывать свою потребность быть необходимым окружающим;
- объединять единомышленников;
- дать людям уверенность в себе, в своих идеях;
- создать условия и открывать новые возможности для реализации инициатив активных граждан;
- информировать заинтересованные стороны об успешных примерах и практиках в сфере решения гражданами проблем территорий;
- стимулировать граждан к активности, к генерированию идей по улучшению жизни территорий.

#### Наши ценности:

- Мы открыты и доступны для всех позитивных идей и инициатив, но оставляем за собой право не поддерживать инициативы, которые не соответствуют или противоречат нашим принципам и ценностям.
- Мы стремимся постоянно обучаться, развивать свои навыки и компетенции, повышать свой профессиональный уровень, чтобы оказывать более качественные услуги активным гражданам.
- Мы уважаем и стремимся соблюдать авторское право людей, которые делятся с нами своими идеями.
- В своей работе, во взаимодействии с активными гражданами и партнерами мы придерживаемся следующих принципов:
  - ✓ доброжелательность
  - ✓ открытость
  - ✓ компетентность
  - ✓ доверие
  - ✓ надежность
  - ✓ ответственность
  - ✓ самостоятельность и прозрачность в принятии решений.

#### Что мы делаем?

##### Мы помогаем авторам инициатив:

- в поиске нужной информации, должностного лица, инстанции,
- в поиске и привлечении единомышленников, партнеров и ресурсов,
- в формулировании своих идей и оформлении необходимой документации,
- в информировании заинтересованных сторон, в том числе через СМИ.

#### Что мы не делаем?

- мы не реализуем инициативы за других,
- мы не оказываем финансовую поддержку проектам и финансовую помощь нуждающимся,
- мы не занимаемся выборами и не работаем с кандидатами и политическими партиями.

#### Мы объединяемся в сеть Центров активных людей, чтобы:

- совместно формулировать, развивать и продвигать идею и бренд ЦАЛов,
- проводить совместные мероприятия, реализовывать сетевые и партнерские проекты,
- обмениваться опытом, совместно повышать свой профессиональный уровень,
- разрабатывать, апробировать и продвигать новые технологии активизации граждан,
- общими усилиями способствовать решению различных актуальных проблем территорий.

Сеть Центров активных людей (ЦАЛ) сегодня поддерживает инициативы жителей не только в Нижегородской области, модель ЦАЛ используется и в Кирове, и далеко на Севере – в Мончегорске, стимулируя не только фонтан идей по улучшению жизни в

микрорайонах, но и самоорганизацию граждан по превращению идей в реальную деятельность своими руками.

Конкурс микроинициатив жителей «ОтЛИЧНОЕ дело» - призван поддержать проектные идеи граждан и инициативных групп, вовлеченных в деятельность Центров активных людей (ЦАЛ), органов территориального общественного самоуправления (ТОС), учреждений культуры, спорта и дополнительного образования Нижегородской области.

В 2017 году Конкурс «ОтЛИЧНОЕ ДЕЛО» проводился по следующим номинациям:

- Семья и детство
- Город/село для людей
- Культурные традиции
- Здоровье и спорт
- Защита природы

На рассмотрение конкурсной комиссии поступило более 100 заявок от активных граждан и инициативных групп из 26 районов города и области. Экспертами было отмечено 20 лучших проектных инициатив, в числе которых такие проекты, как «IV Женская Спартакиада Центров активных людей и ТОС города Нижнего Новгорода, посвященная 10-летию ЦАЛ-движения в России» (г. Нижний Новгород), Игротека «Комната чудес» (Городецкий р-он), «Зарыбление Казенного пруда» (г. Лукоянов), а также многие другие. Проекты-победители получили право на полную или частичную оплату расходов (до 10 000 рублей), а также информационную поддержку для реализации микро-проектов в Нижнем Новгороде и 10 районах Нижегородской области в период с 1 августа по 31 октября 2017 года.

В 2012 году зарегистрировано авторское право Ассоциации «Служение» на бренд «Центр Активных Людей».

- Официальное название – Центр Активных Людей
- Официальный слоган: «Поможем людям, чтобы они помогли себе сами»
- Официальный сайт – [www.rucal.ru](http://www.rucal.ru)
- Официальный логотип
- Основное сообщение - визитная карточка проекта

### Ресурсы и подготовка

На начальном этапе основным рабочим ресурсом стала широкая сеть партнеров – людей и организаций, разделяющих наше стремление анимировать людей по месту жительства, восстановить утраченные и сформировать новые традиции организации жизни местных сообществ, основанные на принципах самоорганизации и самопомощи.

Безусловно, роль катализатора сыграло знакомство с практикой работы сети САЛ в Польше и готовность делиться своими наработками со стороны польских коллег.

Их опыт и достижения в развитии местных сообществ был обобщен и представлен в различных форматах (публикации, презентации, организация стажировок, встречи с представителями польских ЦАЛов).

Вначале в качестве потенциальных участников эксперимента по внедрению новой технологии развития местных сообществ были определены лидеры территориального общественного самоуправления (на основе совпадения целей деятельности) и ряд некоммерческих организаций (на основе совпадения методов работы с населением). По ходу реализации проекта в качестве участников к нему присоединились библиотеки (как центры культурной жизни территорий), в нем находят свое место школы и дома культуры.

При проведении совместных сетевых мероприятий ЦАЛ (Фестиваль «Добрый Нижний», Ярмарки, День активных людей) также практикуется объединение внутренних ресурсов участников (от расходных материалов и волонтеров до административного ресурса партнеров во власти). При проведении внутренних мероприятий сети ЦАЛ также используется принцип «котла», в который каждый вносит что-то свое – технику, методику, игротехнику и т.д.

Для освещения и продвижения деятельности ЦАЛ, содействия развитию сети ЦАЛов создан Интернет-ресурс [www.rucal.ru](http://www.rucal.ru), два раза в год издается альманах «ОтЛИЧНОЕ дело» тиражом до 1000 экземпляров, распространяемый на различных территориях и в разных регионах России.

## 5. Планируемые результаты

- Создана действующая межрегиональная сеть ЦАЛов (10 ЦАЛов в Нижнем Новгороде и 7 Центров местной активности в Кирове);
- Реализовано около 100 микропроектов в сфере благоустройства дворовых территорий, создания дворовых арт-объектов, организации уличных праздников, мастер-классов, культурных и просветительских мероприятий для жителей и силами жителей.
- Обобщены и представлены в едином сборнике успешные практики активизации населения (опыт Нижнего Новгорода, Кирова, Пензы, Новосибирска, Томска, Украины, Белоруссии) – сборники «ОтЛИЧНЫЕ практики» и "Технологии вовлечения жителей в развитие территорий"
- Разработаны и внедрены в общую практику различные форматы выявления и продвижения общественно полезных инициатив жителей, содействующие объединению и практическому взаимодействию активных людей (Фестиваль «Добрый Нижний», Ярмарки «Нижегородцы – детям!» и «Добрый Нижний», День активных людей и др.).
- Созданы площадки для обмена опытом и творческого взаимодействия социальных аниматоров (Форум социальных аниматоров, продвинуты уровень Школы социальных аниматоров).
- Создана площадка для практического обучения и развития профессиональных компетенций социальных аниматоров (базовый и стартовый уровни Школы социальных аниматоров).

## 6. Показатели успеха технологии

- В мероприятиях ЦАЛов принимают участие сотни жителей, в качестве организаторов и волонтеров выступают активные жители (10 и более в каждом Центре) разного возраста и социального статуса (пенсионеры, студенты, молодые родители, подростки);
- Интерес принципам и методам работы Центров активных людей, к методикам и технологиям активизации населения проявляют организации и инициативные группы в других регионах России, что создает условия для развития программы и тиражирования лучших практик.

## 7. Необходимые ресурсы (материально-технические ресурсы, начальные финансовые ресурсы для старта и поддерживающий ресурс - для продолжения и устойчивости)

- Помещение, ресурсная база в виде средств связи, оргтехники;

- Специалисты, которые прошли подготовку и обучение;
- Инфраструктура микрорайона - школы, НКО, ТОСы, клубы или иные учреждения досуга по месту жительства.

**8. Команда** (минимально необходимое количество членов команды, квалификационные и иные требования, необходимое обучение).

В каждом микрорайоне должен быть ответственный лидер (например, председатель ТОС), к которому будут приходить инициативные люди района.

**9. Условия применения** (какие дополнительные условия необходимы для успешного применения технологии- наличие сформированного сообщества, территория, партнеры и т.д.

Желательно, чтобы было налажено взаимодействие между ТОСами, НКО, государственными структурами, предпринимателями, инициативными гражданами.

**10. Дополнительные материалы в сети интернет о технологии и результатах ее применения**

<http://www.rucal.ru/chto-takoe-tsal/>

<http://www.sluzhenye.org>



# Лаборатория социальных инициатив

## 1. Название технологии, территория и сроки реализации

Лаборатория социальных инициатив / Social Lab «Город для жизни»

## 2. Автор технологии (носитель, распространитель), контактная информация

АНО «Территория», г. Новокузнецк, ул. Лазо, 4, тел / факс: (3843)72-05-75.  
Руководитель оргкомитета: Степаненко Ксения Игоревна

## 3. Проблема, на решение которой направлена технология, цель применения и целевая аудитория

- Совместное планирование стратегического развития города представителями общественности, бизнеса и власти;
- Вовлечение горожан в принятие решений на муниципальном уровне.

## 4. Алгоритм реализации технологии (краткое описание последовательности того, что и как именно нужно делать)

Ключевые принципы Лаборатории:

- партисипативность (открытый оргкомитет);
- экспериментальность;
- тиражирование лучших практик;
- прозрачность;
- ориентация на актуальные проблемы города;
- инициатива со стороны участников и потенциальных членов оргкомитета.

Алгоритм реализации технологии

- Обрисовка общей повестки Лаборатории силами инициаторов;
- Формирование открытого оргкомитета Лаборатории с привлечением представителей бизнеса, общественности и власти, разделяющих ценности и стратегически цели инициаторов Лаборатории.

Участником оргкомитета может стать любой человек (представляющий себя и свою организацию), который готов разделить ответственность за подготовку и проведение заявленной им площадки или мероприятия определенной тематики. Участники оргкомитета вносят пропорциональный вклад в общий бюджет проекта в виде любых ресурсов (интеллектуальных, материальных, финансовых, капитальных и т.д.) и несут ответственность в размере своего вклада за результаты.

1. Оформление ценностной позиции оргкомитета:

- Зачем мы это делаем?
  - К чему мы стремимся?
  - Почему мы приглашаем других присоединиться к нам?
  - Какие процессы в городе мы запускаем / хотим запустить?
2. Наполнение тематических площадок Лаборатории, привлечение экспертного сообщества, инициативных городских команд, проработка инструментов вовлечения бизнеса и форматов их взаимодействия с носителями лучших социальных практик, нуждающихся в поддержке.
  3. Объединение имеющихся ресурсов и поиск дополнительных, основываясь на ценностной модели оргкомитета (привлечение тех, кто разделяет ценности).
  4. Проведение Лаборатории в течение 2-3 дней с полным погружением участников в работу тематических площадок. Чтобы избежать поверхностного «сбора сливок» (знакомства с приглашенными экспертами, «клиповое» коллекционирование лучших лекций, семинаров, выступлений и т.д.) и получить высококачественный продукт, все участники закреплены за тематиками и прорабатывают их в течение нескольких дней без смены площадок. Для обмена мыслями и погружения в смежные смысловые пространства в работу площадок встраиваются общие форматы для всех участников.
  5. Формирование итоговой декларации по результатам Лаборатории (планы, ожидания, первые шаги), документ рассылается всем участникам площадок.
  6. Мониторинг активности, инициированной Лабораторией, проведение поддерживающих форматов для укрепления кооперации между общественностью, бизнесом и властью.

## **5. Планируемые результаты**

- Изменение городского пространства, качества городских событий, качества городской жизни и услуг;
- Создание пространств и возможностей для развития потенциала Горожанина;
- Формирование устойчиво функционирующей сети городских сообществ;
- Использование потенциала и компетенций Горожан для организации нового типа городских событий;
- Вовлечение горожан в процесс принятия решений;
- Тиражирование эффективных практик общественного участия

## **6. Показатели успеха технологии**

- Количество совместных проектов у участников Лаборатории;
- Продвижение обсуждаемых тем в дальнейшем на уровне города или отдельных организаций;
- Закрепление разрабатываемых рекомендаций за ответственными лицами (властью, бизнесом или общественностью);
- Появление новых инициативных групп и команд;
- Проведение дополнительных мероприятий в развитие обсуждаемых тематик, инициированных не участниками оргкомитета и т.д.

## **7. Необходимые ресурсы (материально-технические ресурсы, начальные финансовые ресурсы для старта и поддерживающий ресурс - для продолжения и устойчивости)**

Основной ресурс проекта – устойчивая кооперация городских сообществ, объединение имеющих ресурсов.

## **8. Команда (минимально необходимое количество членов команды, квалификационные и иные требования, необходимое обучение)**

Команда из не менее 5 человек, имеющих опыт в организации крупных городских событий.

Необходимые компетенции:

- Критическое мышление;
- Опыт организации дискуссионных / проблемных событий;
- Умение вести переговоры;
- Сторителлинг и мифотворчество;
- Понимание Города и городского пространства с разных точек зрения.

## **9. Условия применения (какие дополнительные условия необходимы для успешного применения технологии – наличие сформированного сообщества, территория, партнеры и т.д.)**

Имеющаяся практика кооперации городских сообществ, предпосылки и готовность органов власти к вовлечению заинтересованной общественности и бизнеса к разработке, наличие партнеров для старта.

## **10. Дополнительные материалы в сети интернет о технологии и результатах ее применения.**

<https://www.youtube.com/watch?v=OzSJAfhQfO4>

Официальный информационный ресурс: [sociallab.city](http://sociallab.city)

Группы в социальных медиа:

[https://vk.com/city\\_for\\_live](https://vk.com/city_for_live)

<https://www.facebook.com/sociallab.nvkz/>

## **11. Что-то дополнительное, что считают важным сказать авторы технологии для тех, кто готов ее внедрять на других территориях.**

Ключевое послание Лаборатории – люди для города и город для людей, в силах каждого горожанина (вне зависимости от того, кого он представляет: бизнес, власть, общественность) сделать место проживания красивым, уютным, комфортным, меняя себя и окружающий мир каждый день локальными и / или масштабными проектами.

В 2015 г. проект «Лаборатория социальных инициатив / Social Lab «Город для жизни» стал одним из победителей конкурса президентских грантов, получив финансовую поддержку от «Российского Союза молодежи».

Лаборатория известна далеко за пределами Новокузнецка. Так в 2015 г. она была представлена как эффективная социальная практика на летней Школе ООН в Нью-Йорке, на форумах в Вильнюсе, Новосибирске, Москве, Красноярске и др. В этом же году Лаборатория стала участником проекта «Перспектива» Общественной Палаты РФ и ее успешный опыт был представлен во многих городах России.

Одним из важных моментов в организации Лаборатории является необходимость нейтрального пространства для равноправного диалога общественности, бизнеса и власти. Встреча с семьей, любимыми друзьями, единомышленниками – людьми, которые тебя понимают, принимают таким, какой ты есть, выслушают, посоветуют и поддержат в любой ситуации – является важным для любого человека. Так и в городе должно быть пространство, в котором все, кто заинтересован в развитии города могут встретиться, обсудить актуальные вопросы, понять, как и куда двигаться дальше, почувствовать, что они не одиноки и им есть, с кем разделить свои ценности.

Городу, в первую очередь, нужны герои и их истории успеха – большие и малые, системные и локальные, технические и эмоциональные.

Лаборатория вот уже четыре года показывает, что эти герои есть, они самые разные, в самых разных сферах. И мы можем быть счастливыми в своем городе, просто делая свое дело, развивая себя, постепенно, шаг за шагом меняя свою жизнь и жизнь других людей.

# Общественно-активная школа (ОАШ)

## 1. Название технологии, территория и сроки реализации

### Общественно-активная школа (ОАШ)

Российская общественно-активная школа возникла в 1996-1997 гг. в Сибири. К началу 2014 г. ОАШ получили распространение от Калининграда на Западе до Владивостока на Востоке России.

Идея общественно-активной школы во многом опиралась на идеи влиятельного деятеля образования прошедшего столетия Джона Дьюи (1859-1952) о школе, строящей свою образовательную деятельность на основе «обучения деланием» и опирающейся в ней на жизненный опыт учащихся, а также являющейся прообразом демократической общины и самым активным образом взаимодействующей с местным сообществом.

Общественно-активные школы продолжают отечественные традиции земских школ, «школы — социального центра» С. Т. Шацкого, «трудовой школы» П. П. Блонского, «школы жизни и коллективного воспитания» А. С. Макаренко. Отечественные ОАШ широко используют опыт тимуровского движения, коммунарской методики, моделей «школа — центра микрорайона» и «школа полного дня».

Сущностные характеристики общественно-активной школы (развернутое изложение см.: Корнетов Г. Б. Феномен общественно активной школы в контексте развития демократической педагогики. М., 2009):

- принципиальная открытость общественно-активной школы окружающему миру, понимаемому и как поле приложения школой своих созидательных усилий, и как «питательная среда» собственного существования, и как необходимый ресурс успешного, полноценного решения главной задачи любой школы — образования обучающихся, их духовного и физического воспитания и развития, их человеческого и гражданского становления.
- установка на самое активное деятельностное участие всех субъектов школы и местного сообщества в совместной жизни, в постоянном продуктивном общении и взаимодействии в форме сотрудничества, партнерства, добровольчества.
- фундаментальная демократическая направленность общественно-активной школы, пронизывающая а) всю систему управления ОАШ; б) цели, содержание и организацию образовательного процесса; в) весь стиль и уклад школьной жизни; г) задачи и способы взаимодействия с сообществом.
- гибкость в адаптации и использовании самых различных педагогических систем, образовательных технологий, методик воспитания и обучения, разнообразие которых не просто допустимо, а насуточно необходимо для того, чтобы ОАШ имели возможность вариативно реализовывать свои образовательные, социально-педагогические и социокультурные функции.

Общественно-активная школа - это модель массовой школы, то есть школы, работающей с любым контингентом детей, в любых социокультурных условиях, обладающей любыми исходными финансово-экономическими и материально-техническими ресурсами.

Важно особо подчеркнуть, что модель общественно-активной школы практически в полном объеме вписывается в концепцию Федеральных государственных образовательных стандартов общего образования второго поколения.

Опросы директоров и педагогов школ показывают, что необходимо 3-5 лет системной работы для появления устойчивых результатов, при этом уже в течение первого года будут наблюдаться положительные изменения. Сроки перехода образовательной организации на модель общественно-активной школы варьируются исходя из состояния школы на момент принятия решения о переходе к модели ОАШ (от уровня развития партнерских отношений с сообществом, демократичности всего уклада школьной жизни, наличия добровольческих инициатив в местном сообществе, уровня вовлеченности родителей и других жителей сообщества в жизнь школы и др.).

## **2. Автор технологии (носитель, распространитель), контактная информация**

Красноярская региональная молодежная общественная организация Центр «Сотрудничество на местном уровне» (сокр. КРМОО Центр «Сотрудничество»): тел (391)211-91-50, 8902-991-70-16, [kccp@kccp.ru](mailto:kccp@kccp.ru), [www.kccp.ru](http://www.kccp.ru), Всероссийский портал общественно-активных школ <http://oash.info>

## **3. Проблема, на решение которой направлена технология, цель применения и целевая аудитория**

Проблемы, которые решаются:

- отрыв школьного образования от реальной жизни, которой живет местное сообщество в городе или сельской территории;
- необходимость внедрения нового содержания, форм и методов образования, изменения организации воспитательного процесса,
- отсутствие тесных контактов с местным сообществом, а также другими учреждениями и организациями, работающими с детьми и подростками.

Цель применения: образование и развитие обучающихся через выстраивание партнерских связей с местным сообществом, развитие добровольческих инициатив.

Целевая аудитория: общеобразовательные организации регионов России.

## **4. Алгоритм реализации технологии (краткое описание последовательности того, что и как именно нужно делать)**

- Осознание необходимости пересмотра и изменения деятельности школы, поиска новых форм и методов работы над повышением ее эффективности. Готовность коллектива и администрации школы стать открытыми для сообщества.
- Включение в инициативную группу, работающую над внедрением модели общественно-активной школы педагогов (через педсоветы, семинары, личные беседы), родительской общественности (посредством родительских собраний, дискуссионных групп, встреч), учащихся (через классные часы, беседы, социальные проекты); представителей сообщества (посредством собраний, проведения различных мероприятий -(ярмарки, праздники и пр.).
- Разработка плана действий по реализации модели ОАШ в конкретной школе на основе оценки потребности школы и местного сообщества, изучения возможностей самого образовательного учреждения; формулировка общего видения и миссии школы, принципов, с опорой на которые будет внедряться модель ОАШ.
- Обучение необходимым технологиям и формам работы команды единомышленников. Обучение должно проходить поэтапно, чтобы была возможность реализовать на практике первые новшества, проанализировать

результат и внести необходимые коррективы.

- Разработка и реализация социально значимых проектов с участием представителей школы и местного сообщества.
- Регулярный анализ результатов через использование международного пособия по самооцениванию и планированию работы «Насколько хорошо мы работаем. Международные критерии качества общественно-активной школы». Данное пособие используется общественно-активными школами в Армении, Боснии и Герцеговине, Великобритании, Казахстане, Молдове, Монголии, Польше, России, Румынии, Украине, Чешской Республике. Процесс самооценивания осуществляется членами педагогического коллектива ОАШ с привлечением участников образовательного процесса и партнеров школы, органов самоуправления и других заинтересованных лиц из местного сообщества по следующим ключевым областям: технологии управления, партнерство, социальная включенность/равенство возможностей, услуги для местного сообщества, добровольчество, непрерывное образование, участие в развитии сообщества, участие родителей, школьная среда/школьная атмосфера. Собранные в ходе самооценивания информация используется образовательным учреждением для подготовки публичного отчета о своей деятельности, различных информационных материалов, и, что особенно важно, для управления развитием школы, так как дает массу полезной информации для разработки программы развития.

## 5. Планируемые результаты

Модель общественно-активной школы предоставляет школе и местному сообществу возможность стать активными участниками в делах образования, в расширении его доступности, повышении эффективности и ответственности школы в деле гражданского образования и воспитания детей, родителей, всего населения.

По результатам исследования общественно-активных школ (декабрь 2013 г.) можно отметить следующие возможные результаты:

- повышение уровня образования в образовательном учреждении, работающем как общественно-активная школа,
- улучшение материальной базы школы,
- увеличение количества и качества мероприятий для жителей местного сообщества, больше акций/мероприятий, инициируемых детьми (например, Школа № 9 г. Архангельска, проект-акция «Чистый дом-Город»: сбор макулатуры в подъездах домов микрорайона; Школа № 2 г. Новодвинска, проект «Сад на Солнечной»: озеленение и благоустройство микрорайона; в Тамбовской области на базе десяти ОАШ создаётся система лабораторий местного развития, которые будут оказывать содействие развитию жилищного просвещения);
- более широкий спектр услуг для сообщества - образовательных и досуговых для разных возрастных групп;
- улучшения в работе с родителями - растёт число активных родителей, больше родителей готовы выступать добровольцами и принимать участие в школьной и общественной жизни;
- расширение круга партнеров школы, ученики, не проживающие на территории микрорайона, начинают посещать ОАШ, даже если живут довольно далеко от школы;
- школьники, родители и учителя могут встречаться и работать в более неформальной обстановке,

- адаптация школьной среды под потребности каждого члена школьного сообщества, более активная работа с детьми с ограниченными возможностями для создания комфортной среды и помощи им в различных сферах жизни,
- широкие возможности для добровольчества для школьников, родителей и членов сообщества,
- Родительские комитеты, Управляющие советы, различные ученические организации и т.д. принимают все более активное участие в жизни школы и местного сообщества,
- создание открытого информационного пространства через интернет, местные газеты и другие ресурсы.

## **6. Показатели успеха технологии**

Показатели успеха технологии прописаны в международном пособии по самооцениванию и планированию работы «Насколько хорошо мы работаем. Международные критерии качества общественно-активной школы», которое можно скачать по ссылке: [http://www.kccp.ru/images/stories/posobie\\_po\\_samootsenke\\_2011\\_2\\_new.pdf](http://www.kccp.ru/images/stories/posobie_po_samootsenke_2011_2_new.pdf)

## **7. Необходимые ресурсы (материально-технические ресурсы, начальные финансовые ресурсы для старта и поддерживающий ресурс - для продолжения и устойчивости)**

Человеческие ресурсы: для запуска работы по переходу образовательного учреждения в режим работы по модели общественно-активной школы нужна инициатива педагогов и/или администрации школы и принятие ими ценностного подхода работы школы в качестве центра местного сообщества; для продолжения работы и устойчивости нужны постоянно работающие инициативные группы школьников, родителей, педагогов.

Материально-технические ресурсы: помещения школы для проведения встреч педагогического коллектива, инициативных групп родителей и представителей местного сообщества; компьютеры и копировальная техника школы для подготовки информационных материалов для сообщества; информационные ресурсы школы – сайт, группы в социальных сетях для распространения информации о своей деятельности в сообществе.

Финансовые ресурсы для проведения мероприятий для сообщества, реализации социально значимых проектов на местном уровне могут быть привлечены через участие в грантовых конкурсах, развитие партнерских отношений с организациями местного сообщества и др. Размер этих вложений индивидуален и часто зависит от масштаба реализуемых мероприятий, проектов.

## **8. Команда (минимально необходимое количество членов команды, квалификационные и иные требования, необходимое обучение)**

Первоначально инициировать процесс работы как ОАШ могут управленцы и педагоги школы (3-5 человек), сделавшие свой выбор в пользу модели ОАШ, им нужно будет пройти обучение для освоения ценностей и подходов работы общественно-активных школ, узнать, как работать с местным сообществом. Важно, чтобы администрация школы вошла в команду единомышленников и была готова к переменам. Далее в процесс совместной деятельности они смогут включить школьников, родителей, своих коллег и представителей широкой общественности.



## **9. Условия применения (какие дополнительные условия необходимы для успешного применения технологии – наличие сформированного сообщества, территория, партнеры и т.д. )**

Ключевые факторы успешной реализации модели общественно-активной школы:

- команда и ее мотивация, желание изменить ситуацию;
- понимание идеологии и ценностей ОАШ (не элементы, а совокупность, гибкость, адаптация);
- любовь к ребёнку/ученику;
- постоянная рефлексия;
- нейтрализация внешнего руководства (не мешают: убедить, договориться...);
- развивающиеся партнерские связи с окружающим социумом;
- использование потенциала родителей, выпускников;
- включение в образование ситуаций реальной жизни (Service learning как часть образовательного процесса).

Стоит порекомендовать изучить опыт уже работающих общественно-активных школ, установить связи со школами (ассоциациями/сообществами ОАШ) и ресурсными центрами для ОАШ в разных регионах РФ, что позволит получить доступ к опыту и реализованным практикам из разных территорий.

## **10. Дополнительные материалы в сети интернет о технологии и результатах ее применения**

Дополнительные материалы по деятельности общественно-активных школ можно найти:

- на Всероссийском Портале ОАШ <http://oash.info>
- на сайте КРМОО Центр «Сотрудничество» [www.kccp.ru](http://www.kccp.ru)

## **11. Что-то дополнительное, что считают важным сказать авторы технологии для тех, кто готов ее внедрять на других территориях**

Опыт работающих общественно-активных школ доказал важность системного вдумчивого подхода к реализации модели ОАШ в конкретном образовательном учреждении.

# Altourism

## 1. Название технологии

### Altourism

#### Территория

8 регионов России (Архангельская, Калужская, Карелия, Костромская, Псковская, Смоленская, Тверская, Ярославская) и в разработке проекты еще в 11 регионах (Вологодская, Ивановская, Кировская, Краснодарский край, Липецкая, Московская, Рязанская, Саратовская, Свердловская, Тульская, Тюменская). Реализация каждого проекта занимает от 3х месяцев до нескольких лет. На данный момент успешно завершены 2 проекта (в Архангельской и Ярославской областях).

#### Сроки реализации

Запустился в сентябре 2014 года. За 3 года были запущены 18 проектов в 8 регионов РФ.

## 2. Автор технологии (носитель, распространитель)

Екатерина Затуливетер [katia@altourism.ru](mailto:katia@altourism.ru) 8-968-983-85-54

## 3. Проблема, на решение которой направлена технология, цель применения и целевая аудитория

Пассивность местного населения малых городов и деревень России.

Цель: создать/объединить местное сообщество, которое начинает само развивать свою территорию.

## 4. Алгоритм реализации технологии (краткое описание последовательности того, что и как именно нужно делать)

Технология «общего дела» взята из практики международных организаций (ООН, ОБСЕ и т.д.) на стадии постконфликтного урегулирования и перенесена, адаптирована под реалии российских малых городов и деревень.

- Для осуществления технологии необходимо наличие как минимум 3х активных местных жителей, которые хотят развивать свою территорию;
- Вместе с этими активистами выявляются базовые проблемы и варианты решения (используется методика «культурного кода»), которые разрабатываются в проекты;
- Активисты организуют программу путешествий для туристов (по алгоритму Altourism), в котором туристы вместе с местными жителями принимают участие в проектах местных активистов;
- Во время реализации создается площадка, которая объединяет местных активистов, других местных жителей, заинтересовавшихся приезжими гостями и туристами. Активно идет обмен идеями, мнениями, источниками мотивации. Именно на такой площадке происходят изменения в сознании людей в сторону инициативности и проактивности.

## **5. Планируемые результаты**

Главным результатом этого действия является даже не завершённый проект, а новорожденная инициативность местных жителей, которая не исчезает после отъезда туристов.

## **6. Показатели успеха технологии**

Новые проекты и инициативы местных жителей, которые осуществляются уже без взаимодействия с Altourism или другими внешними факторами.

## **7. Необходимые ресурсы** (материально-технические ресурсы, начальные финансовые ресурсы для старта и поддерживающий ресурс - для продолжения и устойчивости)

- Материально-технические ресурсы обеспечиваются местными жителями, местными властями и/или местным бизнесом;
- Финансовые ресурсы минимальны, т.к. выбираются проекты/инициативы, не нуждающиеся в финансах. Важно показать, как много можно сделать без денег, только за счет сплочения сообщества. Те минимальные финансовые ресурсы, которые нужны, приходят от туристов, присоединяющихся к «общему делу».

## **8. Команда** (минимально необходимое количество членов команды, квалификационные и иные требования, необходимое обучение)

- Понимание технологии «общего дела»;
- Знания политологии;
- Знание социологии;
- Знание психотипов людей, умение их различать;
- Знание маркетинговой методики «культурного кода»;
- Нежелательны знания в сфере туризма.

## **9. Условия применения** (какие дополнительные условия необходимы для успешного применения технологии – наличие сформированного сообщества, территория, партнеры и т.д.)

- Невмешательство властей в принятие решений о проекте/инициативе.
- Участие местного бизнеса (желательно, но не обязательно)

## **10. Дополнительные материалы в сети интернет о технологии и результатах ее применения**

- В конце ноября выйдет отчет по деятельности за три года с оценкой успешных и неудачных проектов.
- TEDx Talk основателя Altourism Екатерины Затуливетер:  
<https://www.youtube.com/watch?v=5jaBiaDIEEc>.

# Мини-курсы самозанятости жителей

## 1. Название технологии, территория и сроки реализации

Мини-курсы самозанятости жителей, соседский центр (комьюнити-центр «Города Будущего») на территории бывшего завода «Кристалл» в Лефортово, лето-осень 2017 года

## 2. Автор технологии (носитель, распространитель), контактная информация;

Архангельский Центр социальных технологий «Гарант», Фонд развития медиапроектов и социальных программ Gladway, <http://center.ngogarant.ru/>, <http://www.gladway.ru/>

## 3. Проблема, на решение которой направлена технология, цель применения и целевая аудитория;

Отсутствие простых решений старта самозанятости становится препятствием для жителей города в запуске своего дела. Открыть собственный бизнес сложно, но часто этому мешает страх, имеющий объективные причины, касающийся большого коммерческого дела, и отсутствие простых решений – на уровне монетизации хобби или небольшого ремесла.

Технология помогает попробовать найти свое хобби, способное дать дополнительный источник дохода для семьи.

Целевая аудитория – жители городов, у которых есть желание и поисковая активность в дополнительном источнике дохода рядом с местом жительства на основе любимого дела, навыков, увлечений.

## 4. Алгоритм реализации технологии (краткое описание последовательности того, что и как именно нужно делать)

Комьюнити-центр проводит анализ расположенных на территории района предприятий, мастерских, цехов (в данном случае – резидентов, арендующих помещения на территории бывшего завода «Кристалл») и согласовывает возможность проведения мини-курсов (3-5 часов 3-5 дней) по освоению навыков работы, не требующих специального обучения.

Как правило, на каждом предприятии, особенно небольшом производстве, есть с одной стороны, волнообразный спрос – и надо срочно набирать людей под крупный заказ, с другой стороны, есть часть рутинных работ, которые не требуют специальных умений. Жители проходят обучение, в котором им рассказывается о всем цикле производства, и практику выполнения базовых работ.

В результате, из числа прошедших мини-курс формируется группа, которая готова на нерегулярной основе получать подработку и временную занятость рядом с домом при наличии заказов на локальном предприятии.

Такой мини-курс был проведен на базе проекта «Сенсорные дорожки», где с одной стороны было рассказано о самом продукте и его значении, а с другой слушатели в течение нескольких дней прошли обучение по их созданию, вплоть до базового

знакомства с контролем за автоматизированной работой фрезерного станка. Примерно каждый третий слушатель согласен на участие в подработках рядом с домом в удобное время.

В развитие этой технологии можно продолжить расширение навыков, например, как правило, существует ряд профессий, которые востребованы на рынке труда, несложны в овладении, но носят сезонный характер в силу сложившихся обстоятельств. Жители проходят обучение, в процессе которого они осваивают базовые навыки, и получают практику выполнения базовых работ. Комьюнити-центр/соседский центр выступает в роли площадки для обучения и приобретения практических навыков обучающимися. В результате, у местных жителей, прошедших мини-курс, появляются профессиональные навыки и умения, которые помогут им в дальнейшем получать доход на сезонной основе, подыскивая себе варианты самозанятости через Интернет, социальные сети, местные Дворцы бракосочетаний и районные газеты.

В течение трех дней участники мини-курса осваивали мастерство современной каллиграфии – учились писать итальянским курсивом и брашпеном под руководством профессионального каллиграфа.

Во время занятий делали различные упражнения, прописывали элементы, включая повороты и нажимы пером, как на бумаге, так и на деревянных спилах дерева.

Данный вид услуг особенно востребован осенью и весной, когда наблюдается наибольший всплеск свадебных и других торжественных мероприятий и возникает спрос на красивые Пригласительные. Каждый участник подобного мини-курса по его завершению готов оказывать профессиональные услуги на сезонной основе, подыскивая самостоятельно варианты для занятости.

Еще более интересным развитием технологии становится партнерство с коворкинг-центрами, когда ключевым элементом становится подготовка и согласование заранее стартового заказа на работы, которым обучаются слушатели мини-курса. То есть, даже если обучение бесплатное (либо за символическую цену), у участников с одной стороны, и у коворкинга с другой стороны, есть гарантия получения заказа, работы и дохода. Это дает еще один навык слушателям – уже практический – работа с клиентом и выполнение работ на заказ (с соблюдением сроков, качества, дополнительной логистики и так далее). Коворкинг получает вероятность появления новых резидентов (начиная с выполнения первого заказа). Такой мини-курс был проведен в швейном коворкинге «Мастерская на Самокатной», рядом с соседским центром «Города будущего - Лефортово». Участники мини-курса в течение нескольких дней получали элементарные навыки по кройке и шитью фартуков, по работе на швейных машинках. По итогам мини-курса каждый участник смог продемонстрировать результат своей работы – фартук. Незадолго до проведения мини-курса соседский центр «Города будущего - Лефортово» привлек клиента, желающего приобрести 100 фартуков через месяц. Участники курса получили гарантированный заказ на производство фартуков в объявленные сроки. Таким образом, было обеспечено активное участие участников в обучении и прохождении курса до конца. Три выпускника остались работать в коворкинг-центре.

## **5. Планируемые результаты;**

Укрепление локального малого бизнеса, создание условий для выполнения бОльших заказов и переход от личного ремесла к мануфактурному, обеспечение неограниченного числа тематических мини-курсов по интересам, обеспечение занятости местных жителей

## **6. Показатели успеха технологии**

**7. Необходимые ресурсы** (материально-технические ресурсы, начальные финансовые ресурсы для старта и поддерживающий ресурс - для продолжения и устойчивости);

комьюнити-центр, локальный малый бизнес, возможность обнаружения в рамках производства времени, места и элементов производственного процесса, требующие сотрудников без специализированного долгосрочного профессионального обучения, способность делегировать часть работ временно привлекаемым сотрудникам, возможность проведения информационных кампаний и/или локальных сообществ/групп, через которые можно оперативно, без затратной рекламы, проводить наборы слушателей.

**8. Команда** (минимально необходимое количество членов команды квалификационные и иные требования, необходимое обучение)

Комьюнити-менеджер центра: способность к ведению переговоров и соглашений с локальным бизнесом и наличие каналов коммуникаций с местными жителями (наличие аккаунта в группах жителей в соцсети)

**9. Условия применения** (какие дополнительные условия необходимы для успешного применения технологии – наличие сформированного сообщества, территория, партнеры и т.д.)

Идеально для территорий, где существует локальное частное и малое производство, мануфактуры или цеха и комьюнити-центр, выступающий в роли организатора мини-курса

**10. Дополнительные материалы в сети интернет о технологии и результатах ее применения.**

<http://xn--80adfe5b7a9ayd.xn--80adxhks/ru-RU/news/on-portal/card/654.html>

<https://www.facebook.com/cityofthefuture.ru/posts/1920854198169820>

<https://www.facebook.com/cityofthefuture.ru/photos/pcb.1909673199287920/1909673132621260/?type=3&theater>

**11. Что-то дополнительное, что считают важным сказать авторы технологии для тех, кто готов ее внедрять на других территориях.**

Внедрение технологии требует наличия комьюнити-центра, связей с местным сообществом и наличие малого бизнеса на территории.

# Волонтерский четверг

## 1. Название технологии, территория и сроки реализации

**Волонтерский четверг**

## 2. Автор технологии (носитель, распространитель), контактная информация

Центр «Благосфера» <http://blagosfera.space/>, Благотворительный фонд «Старость в радость»- <https://starikam.org/>

## 3. Проблема, на решение которой направлена технология, цель применения и целевая аудитория

Перед каждой организацией, работающей с волонтерами, рано или поздно встает вопрос расширения круга потенциальных волонтеров, привлечения новых аудиторий. В то же время гражданам, находящимся за пределами уже социально активных, вовлеченных в деятельность различных некоммерческих организаций сообществ, не всегда доступна информация о возможностях волонтерства либо, чаще, информации недостаточно, чтобы принять решение о выборе того или иного направления волонтерства.

«Волонтерский четверг» - регулярная возможность для местных жителей лично познакомиться с деятельностью некоммерческих организаций, встретиться с сотрудниками и руководителями НКО, подробнее узнать о возможностях волонтерства, а для НКО – познакомиться с новой аудиторией, привлечь к своей деятельности новых сторонников.

**целевая аудитория** - местные жители, имеющие свободное время и желание заниматься волонтерством или интересующиеся деятельностью конкретных некоммерческих организаций.

## 4. Алгоритм реализации технологии (краткое описание последовательности того, что и как именно нужно делать)

Время для запуска – 1 месяц.

Этапы:

- Составление пула некоммерческих организаций, заинтересованных в проведении открытых встреч-знакомств с потенциальными волонтерами (принципиально, что это не только действующие волонтеры НКО или круг их сторонников, на встречу может записаться любой горожанин);
- Составление базовых программ встреч (знакомство, рассказ о деятельности НКО, тренинг или мастер-класс для волонтеров), выбор дня и периодичности проведения встреч;
- Подготовка анонсов, афиш;
- Активное информирование для местных жителей, регистрация;
- Сбор обратной связи после встреч.

## **5. Планируемые результаты**

Регулярная площадка для встреч благотворительных фондов с потенциальными волонтерами или интересующимися их деятельностью местными жителями. Формирование вокруг площадки сообщества НКО, работающих с волонтерами и обучающих их на площадке центра.

## **6. Показатели успеха технологии**

Положительная динамика увеличения количества участников волонтерских четвергов, возвратность аудитории, сколько стало волонтерами.

## **7. Необходимые ресурсы (материально-технические ресурсы, начальные финансовые ресурсы для старта и поддерживающий ресурс - для продолжения и устойчивости)**

У команды должны быть хорошие навыки работы с разными каналами коммуникации (с социальными сетями, СМИ, «проходными» точками района – магазины, кафе и проч.) для эффективного первичного информирования о проекте.

Необходимо наличие помещения для встреч.

## **8. Команда (минимально необходимое количество членов команды, квалификационные и иные требования, необходимое обучение)**

В команду должны входить координатор и PR-специалист, работа которых должна быть оплачена.

## **9. Условия применения (какие дополнительные условия необходимы для успешного применения технологии – наличие сформированного сообщества, территория, партнеры и т.д.)**

Лучше всего выбирать определенный день недели и одинаковое время для начала встреч, чтобы приучить сообщество к существованию такой площадки. Мы начинали с периодичности раз в месяц, потом количество встреч увеличилось с приходом большего количества фондов.

## **10. Дополнительные материалы в сети интернет о технологии и результатах ее применения.**

ссылки на материалы, сайты, публикации.

<http://sao.mos.ru/announcements/detail/4839542.html>

<https://www.asi.org.ru/event/2017/03/01/vstrechaznakom/>

<https://starikam.org/news/priglashaem-na-volontyorskuyu-vstrechu-28-sentyabrya/>

[http://saomos.news/news/society/starost\\_v\\_radost\\_blagotvritelnyy\\_fond\\_provel\\_vstrechu\\_s\\_volonterami/](http://saomos.news/news/society/starost_v_radost_blagotvritelnyy_fond_provel_vstrechu_s_volonterami/)



**11. Что-то дополнительное, что считают важным сказать авторы технологии для тех, кто готов ее внедрять на других территориях.**

Кейс подготовлен на основе материала брошюры Владимира Вайнера «Как создать комьюнити-центр, центр города будущего, соседский центр», Москва, 2017 г.

# **Фестиваль «Городские гражданские выходные»**

## **1. Название технологии, территория и сроки реализации**

### **Фестиваль «Городские гражданские выходные»**

Территория

г. Пермь

Сроки реализации

18 июня 2016 года, 11 июля 2015 года, 26-27 октября 2013 года

## **2. Автор технологии (носитель, распространитель), контактная информация**

Название организации

Центр гражданского анализа и независимых исследований (Центр ГРАНИК)

Контакты:

г. Пермь, ул. Газеты «Звезда», 13. Тел.: +7(342)207-09-90, 207-09-09.

Сайт [www.grany-cenyer.org](http://www.grany-cenyer.org), e-mail: [info@grany-center.org](mailto:info@grany-center.org)

## **3. Проблема, на решение которой направлена технология, цель применения и целевая аудитория**

Фестиваль «Гражданские выходные» — это одно- или двухдневный фестиваль, — возможность отдохнуть после рабочей недели с пользой для себя и окружающих. Проведение фестиваля направлено на трансформацию понятия городского отдыха в сознании жителей: семейный досуг - это не только просмотр телевизора и посещение аква-парка, но и совместное полезное времяпрепровождение, когда каждый может узнать что-то новое, найти хобби, единомышленников, получить новые знания и навыки.

Целевая аудитория проекта – активные или «новые» горожане (в том числе семьи), которым не безразлична судьба своего города, их интересуют современные практики решения общих сложностей, они готовы к кооперации, открыты для предложений и желают рассказать о собственных победах на пути решения общегородских проблем.

На фестивале лидеры гражданских проектов, уличные художники и активисты из Перми и других городов рассказывают о своём опыте работы с актуальными социальными проблемами и городской средой. На фестивале проходят презентации новых и уже действующих проектов, горожане могут поделиться своим опытом, познакомиться с различными практиками и обзавестись новыми контактами. Также на фестивале работает детская площадка, где для самых маленьких организованы игры и творческие мастер-классы, для нее подбираются специальные спикеры, выступления которых так или иначе связаны с «семейной» тематикой (площадка для молодых отцов, матерей в декрете, азы финансовой грамотности для ребенка и т.д.)

#### **4. Алгоритм реализации технологии (краткое описание последовательности того, что и как именно нужно делать)**

В рамках каждого фестиваля проводится около десятка мероприятий: мастер-классов, семинаров, мини-лекций, воркшопов. Все эти мероприятия связаны с интересными и актуальными для горожан тематиками, направлены на развитие коммуникации между инициативными группами и установление новых связей в местных сообществах.

#### **5. Планируемые результаты**

- Участники познакомились с новыми форматами, подходами, некоммерческими инициативами и могут внедрить опыт проекта в своей дальнейшей работе и жизни;
- повышение уровня мотивации настоящих и будущих участников некоммерческих инициатив и общественных организаций, работников учреждений культуры, реализация их творческих идей и способностей;
- повышение человеческого потенциала местного сообщества за счёт его знакомства с новыми видами досуга, повышение городской гражданской культуры населения города;
- создание партнёрств местных культурных организаций - «третьих мест» (библиотек, клубов, домов творчества и т.д.) и местных общественников для дальнейшей деятельности;
- повышение имиджа и узнаваемости в городе некоммерческих инициатив и общественных организаций – участников проекта 80% положительных отзывов участников проекта.

#### **6. Показатели успеха технологии**

Каждый фестиваль посетило около 100 человек. За несколько лет его проведения сложилась своя аудитория, появились новые городские проекты, опыт фестиваля успешно тиражируется в других городах.

#### **7. Необходимые ресурсы (материально-технические ресурсы, начальные финансовые ресурсы для старта и поддерживающий ресурс - для продолжения и устойчивости)**

Для проведения фестиваля необходимо пространство, рассчитанное на 50 и более человек, которое должно быть достаточно универсальным и позволять организовать несколько площадок для проведения мероприятий в разных форматах, учитывая детскую площадку и место для кофе-брейка.

Работа спикеров мероприятия не оплачивается, однако стоит подумать о расходах на проезд и проживания иногородних участников, если таковые имеются.

Необходимо пригласить волонтеров, которые будут следить за работой площадок, встречать гостей мероприятия, раздавать программы, решать технические и орг. вопросы.

Необходимо заложить в бюджет средство на дизайн, верстку и печать программы фестиваля (программы-плакаты, флаеры, программы для раздачи участникам фестиваля)

Для проведения кофе-брейков можно пригласить ИП, который будет заниматься продажей напитков и выпечки, либо приобрести чай, кофе, печенье и выпечку самостоятельно.

Информационная кампания может проводиться без материального вклада, приглашать аудитория можно через соц.сети и городские паблики, раздачу листовок и афиш в публичных местах.

## **8. Команда (минимально необходимое количество членов команды, квалификационные и иные требования, необходимое обучение)**

Над фестивалем работают три группы: организационная, информационная и техническая, в каждой из которых по 3 человека.

Основные функции орггруппы:

- осуществление общего руководства подготовкой, ведением и подведением итогов фестивалей;
- утверждение основных документов;
- принятие содержательных и административных решений;
- осуществление связи с местными органами власти, некоммерческими организациями и общественными объединениями;
- представительские функции;
- формирование состава спикеров, ведущих и консультантов;
- поручения информационной и технической группам.

Основные функции информационной группы:

- составление сетки каждого фестиваля, координация работы дизайнера по вёрстке печатной программы;
- написание пресс-релизов о фестивалях в целом и об отдельных мероприятиях фестиваля, которым требовалось дополнительное информационное освещение (по предложению координаторов в городах проведения);
- наполнение сайта «Гражданских выходных финансовой грамотности»;
- написание пост-релизов о проведённых фестивалях в целом и об отдельных мероприятиях фестиваля, которые привлекли наибольшее внимание со стороны посетителей фестиваля;
- фото- и видеосъёмка мероприятий фестиваля;
- координация информационной кампании в городах проведения фестиваля: подготовка и распространение информационных афиш;
- взаимодействие со СМИ в городах проведения фестиваля;
- сбор и аналитическое описание практических примеров, пригодных для использования как на мероприятиях фестиваля, так и на так называемых «поддерживающих мероприятиях», которые проводились уже после фестиваля;
- продвижение фестиваля в целом и отдельных мероприятий в социальных сетях: как на страницах фестиваля в социальных сетях «ВКонтакте» и «Фейсбук».

Основные функции технической группы:

- передача, контроль, приём и обработка информации;
- поддержание связи со спикерами, ведущими и консультантами;
- техническая обработка и тиражирование материалов;
- сбор и техническая обработка презентаций;
- приобретение канцелярских товаров, расходных материалов и пр.;
- подготовка помещений для проведения мероприятия;
- обеспечение транспортом.

## **9. Условия применения (какие дополнительные условия необходимы для успешного применения технологии – наличие сформированного сообщества, территория, партнеры и т.д.)**

Поскольку фестивали проводились не только в Перми, но и в городах Пермского края, очевидной стала необходимость поиска партнеров на местах. Такими партнерами стали местные комитеты соцзащиты, главы поселений, некоммерческие организации и общественные объединения. В их задачи входили:

- выбор даты и места проведения фестивалей;
- помощь в информационной кампании через местные СМИ и сообщества в социальных сетях;
- оповещение представителей целевой группы подпроекта: участников семейных клубов, многодетных семей, выпускников детских домов, семей в социально опасном положении, пенсионеров и ветеранов и др.;
- выбор наиболее интересных для местного сообщества мероприятий из общего перечня;
- помощь в выборе предприятий общественного питания и аниматоров, которые будут работать на фестивалях.

## **10. Дополнительные материалы в сети интернет о технологии и результатах ее применения**

Сайт фестиваля <http://weekend.grany-center.org/>

Страницы в соцсетях

<https://vk.com/finweekendperm>,

<https://www.facebook.com/finweekendperm/>

Сборник материал фестиваля <http://weekend.grany-center.org/2017/10/18/1443/>

## **11. Что-то дополнительное, что считают важным сказать авторы технологии для тех, кто готов ее внедрять на других территориях.**

Вариант проведения «Гражданских выходных» - фестиваль «Городские гражданские выходные финансовой грамотности». Дополнительно об этом проекте -

<http://weekend.grany-center.org/2017/10/18/1443/>

# **В городе ничего не происходит**

## **1. Название технологии, территория и сроки реализации**

### **«В городе ничего не происходит»**

Это оригинальное название, а по смыслу - ревитализация жизни в г. Черняховск (Население города - 36423 человек).

## **2. Автор технологии (носитель, распространитель), контактная информация**

Группа Компании «Прогрессор». <https://www.facebook.com/progressor/>  
Бейлин Илья 89103451793, zurgarosso@gmail.com

## **3. Проблема, на решение которой направлена технология, цель применения и целевая аудитория**

Умирание города Черняховск как глобальный процесс, и тупиковая ситуация с развитием молодежных инициатив как локальная проблема. Как писал В.Л. Глазычев - два из трех малых городов исчезнут с карты России, но какие два из трех – вопрос открытый. Жители города, как правило, относятся к городу как к руинам. У этих руин есть традиции и наследие, которое можно перезапустить. Ребрендинг в данном случае жизнеспособная схема, если считать под ним не сложную организационную работу, а создание нового символа/образа города. Создать «Брэнд города» и предъявить его во внешней среде для повышения туристической привлекательности (сразу включается у горожан образ – как попользовать «наследие»). Но никто не задумывается о том, что эти руины можно интерпретировать, на их базе что-то построить свое, иное, но на базе этих руин. Для этого надо начать их исследовать.

## **4. Алгоритм реализации технологии (краткое описание последовательности того, что и как именно нужно делать)**

- Первый шаг - «Прогрессор» запускает исследование и интерпретацию городских руин;
- Второй шаг - поиск инициативных групп, лидеров, талантливой молодежи, «маргинальных» в силу различных причин команд. Обращу внимание не криминальных, а выброшенных на периферию;
- Третий шаг, включение в совместную работу: где конечным продуктом может являться некий набор:
  - а) текстов, книг, брошюр, карт, видеороликов и тд
  - б) пространств, команд, рабочих групп, рождение новых творческих инициатив.
- Четвертый шаг – диагностика и коррекция текущих проектов. Здесь работает стратегия Брусилковского прорыва, направление главного удара обеспечивается на том участке, где лучшая динамика. Не забываем поддерживать тех, кто прилагает усилия;

- Пятый шаг – обязательная презентация результатов усилий тем, кто хотел бы в дальнейшем поддержать участников, активным горожанам, друзьям, масс-медиа, органам власти, бизнесу, научному сообществу;
- Шестой шаг - оценка результатов.

## **5. Планируемые результаты**

Программа максимум - создание минимальной инфраструктуры/кластера, который(ая) будет самостоятельно жить после проекта. Программа минимум - создание устойчивых элементов желаемого, площадок, команд, НМА (нематериальных активов) или сервисов. Иначе говоря, - устойчивая группа, организация, сообщество, живущее своей жизнью и оказывающее влияние на культурную или социальную жизнь территории/«города».

## **6. Показатели успеха технологии**

Поддержка жителями созданных инициатив во время работы группы иницирующей программу «ревитализации». Косвенные показатели - цитирование методики и ее применение иными командами, в иных городах. Показатели успеха для Черняховска - апгрейд «Дом-замок», взявший на себя функции Информационно-туристического Центра, Конгресс-Холла и Центра поддержки молодежных инициатив, устойчивое существование молодежной площадки «Веранда» при Дворе Культуры, выпуск путеводителя по городу «В городе ничего не происходит», проведение ежегодных фестивалей и праздников, как локального (квартального) значения так и общегородских. Участие в программах, предпринимателей и городских властей, привлечение экспертов из других городов и стран. Увеличение количества участников среди молодежи в творческих инициативах на указанных выше площадках.

## **7. Необходимые ресурсы (материально-технические ресурсы, начальные финансовые ресурсы для старта и поддерживающий ресурс - для продолжения и устойчивости)**

- Денежные на оплату транспортных расходов и проживание команды.
- Материальные – материалы для творческих лабораторий, мини-фестивалей, выступлений, то есть все, то, что необходимо для проведения лектория и выступления рок-группы или художников.

## **8. Команда (минимально необходимое количество членов команды, квалификационные и иные требования, необходимое обучение)**

Минимальное эффективное количество человек на трехлетний цикл не менее 12 человек. Ядро в три человека, и 7-9 человек в режиме ротации. В команде необходимы практики, имеющие опыт работы с сообществами, игропрактики, специалисты в сфере брендинга, педагоги, артисты-художники, харизматичные лидеры, добившиеся успеха в креативных индустриях или новой экономике.

Для успешного применения технологии, во-первых, нужны: две - три группы, человека, которые хотели бы изменить жизнь города, места, сообщества к лучшему. Во-вторых, - время, при наличии ограниченных ресурсов.

## **9. Условия применения (какие дополнительные условия необходимы для успешного применения технологии – наличие сформированного сообщества, территория, партнеры и т.д. )**

Для успешного применения технологии нужны:

- две - три группы, которые хотели бы изменить жизнь города, места, сообщества к лучшему;
- время, при наличии ограниченных ресурсов.

## **10. Дополнительные материалы в сети интернет о технологии и результатах ее применения**

<http://pravoznat-39.ru/?action=view&id=1428&module=articles>,  
<https://archi.ru/events/4984/www.progressor.org>,<https://www.angrapa.ru/news/novosti-goroda-i-rajona/2223-nichego-ne-proiskhodit-v-chernyakhovske-knigu-s-takim-nazvaniem-predstavili-v-zamke-insterburg.html>

## **11. Что-то дополнительное, что считают важным сказать авторы технологии для тех, кто готов ее внедрять на других территориях.**

Успешность проекта возможна лишь в том случае, если вы сами будете участвовать в жизни города, места, сообщества. Если вы личным примером покажете, что вы не боитесь «грязной» работы, брать на себя ответственность, у вас есть терпение и навыки переговорщика. Вы должны понимать, что различные ритмы и ценности жителей места будут самым неожиданным образом влиять на весь процесс. Развитие территории не должно строиться по-принципу - «человек – ресурс для капитала». Наш подход органический, мы развиваемся вместе с городом, с которым сотрудничаем. Мы чувствуем ответственность за тех, кого приручили, если перефразировать Сент-Экзюпери. Мы не выдаем готовых лекал развития, мы создаем условия для роста веры и талантов в свои собственные силы у жителей города.



# Соседский центр

## 1. Название технологии, территория и сроки реализации

### Соседский центр

Территория  
Спальные районы г. Москвы

Сроки реализации  
2017 год

## 2. Автор технологии (носитель, распространитель), контактная информация

Максим Шпаковский  
Контактная информация:  
[maxim.shpakovskii@gmail.com](mailto:maxim.shpakovskii@gmail.com)  
<https://www.facebook.com/m.shpakovskiy>

## 3. Проблема, на решение которой направлена технология, цель применения и целевая аудитория

Технология направлена на решение таких социальных проблем как низкий уровень социального капитала и доверия, недостаток развития инфраструктуры локальных сообществ, низкий уровень безопасности в отдельных районах города, низкий потенциал для культурного досуга в закрытых помещениях, немобильность и депрессия молодых мам, отсутствие инструментов социализации пожилых людей.

В ходе реализации технологии достигаются такие результаты как:

- Формирование сплоченного сообщества жителей, активно участвующих в жизни района;
- Смягчение негативных эффектов от недостатка социальной инфраструктуры новых районов города;
- Создание безопасной социальной среды, уменьшение уровня преступности и межличностных конфликтов;
- Создание новых рабочих мест для молодых женщин и людей пожилого возраста;
- Жилищное просвещение, популяризация профессии менеджера соседских сообществ;
- Преобразование городской среды за счет реализации локальных инициатив силами местных жителей.

## 4. Алгоритм реализации технологии (краткое описание последовательности того, что и как именно нужно делать)

Ключевые этапы запуска Соседского центра:

- Выявить ключевых «акторов» и феномены, действующие на территории;

- Пригласить «актеров» к участию в создании Соседского центра;
- Проявить интерес «актеров»;
- Развить интерес «актеров»;
- Сформировать видение совета Соседского центра в первом приближении;
- Реализовать интервенцию интереса/ов «актеров» на территории;
- Сформировать план развития Соседского центра как места встречи единомышленников и поддержки локальных инициатив.

### Детализация этапов

Этап 1. С тем чтобы выявить ключевых «актеров» и феномены задействуются методы натурного обследования, анализа локальных медиа, уличных экспресс-интервью, анализа социальных сетей и другие. По результатам выполнения этой задачи мы имеем набор феноменов и перспективных «актеров», которые определяют тематическую направленность нашей дальнейшей работы и будущих проектов Соседского центра

Этап 2. В ходе экспресс-интервью и работы с социальными сетями мы приглашаем территориальных «актеров» к участию в подготовительных событиях по запуску Соседского центра - приходить на мероприятия, приносить свои идеи или проекты если есть, общаться с нами о будущем этой территории – своего района/двора. В качестве конечного действия по этому этапу проводится соседское чаепитие, в ходе которого мы знакомимся со всеми охваченными «актерами» и обсуждаем то, как важно иметь Соседский центр, где можно пить чай с соседями и экспертами, обсуждать важные вопросы локальной повестки.

Этап 3. После чаепития «актеры» приглашаются на проектный семинар, в ходе которого мы проявляем их интерес, по возможности абстрагируя его до достаточно широкой темы (дети, экология, образование, городская среда, технологии и т.д.). По результатам проектного семинара мы получаем 2-3 потенциальные группы по интересам и 2-3 проектных предложения по воплощению этой темы - экология ->раздельный сбор мусора, дети->аптекарский огоролик, мамы->коворкинг с няней и т.д. По результатам чаепития и проектной сессии мы составляем план лекций, семинаров и других мероприятий в будущем Соседском центре для групп по интересам с участием экспертов проекта.

Этап 4. Разогрев проектных групп осуществляется при помощи запланированных лекций, мероприятий, разборов методических материалов в Соседском центре в соответствии с планом.

Этап 5. Формирование видения мезо-субъекта развития территории осуществляется нами совместно с советом Соседского центра и проектными группами. Возможны консультации с экспертами совета “Соседского центра”, глубинные интервью с проектантами. Видение мезо-субъекта является основой для проведения пространственной интервенции.

Этап 6. Пространственная интервенция осуществляется силами “Соседского центра”, местной архитектурной или дизайн студии, федеральным ресурсным партнером (например, компанией Леруа Мерлен) и территориальными проектантами. Задача интервенции - тестирование сформированного видения мезо-субъекта территории и материальное воплощение идей проектантов. По результатам интервенции мы получаем обратную связь от жителей территории, проектантов и команды Соседского центра.

Этап 7. На основании опыта исследований, проектных семинаров и обратной связи по интервенции мы с проектантами и командой Соседского центра формулируем план развития Соседского центра и его проектных инициатив, а также формируем систему ресурсо-обмена для поддержания устойчивой деятельности Соседского центра.

Этот план должен содержать график не менее 3 мероприятий по каждой проектной инициативе до конца года. На этом этапе мы передаем инструменты “Соседского центра” проектантам, анализируем КРІ пилотных проектов, запускаем Фонд соседских проектов и Инкубатор.

## 5. Планируемые результаты

- Формирование сплоченного сообщества жителей, активно участвующих в жизни района;
- Повышение локальной идентичности («любви» к месту жительства, отождествление жизненной стратегии с местом жительства);
- Увеличение количества и продолжительности «контактов» с территорией спального района (больше проводят времени на территории, связывают досуг с территорией, связывают работу с территорией);
- Вовлечение жителей в процесс развития локальной городской среды;
- Рост уровня благополучия населения: благодаря социализации и построению новых социальных связей, открываются новые возможности, жизнь людей становится лучше;
- Смягчение негативных эффектов от недостатка социальной инфраструктуры в новых районах города (детские сады, библиотеки, культура, образование);
- Развитие человеческого капитала горожан: проведение образовательных лекций, мастер-классов, курсов, встреч с известными людьми благоприятно влияет на развитие общества;
- Создание безопасной социальной среды, уменьшение уровня преступности и межличностных конфликтов;
- Увеличение уровня доверия в обществе благодаря развитию социального капитала;
- Создание новых рабочих мест: социальный капитал позволяет создавать новые формы самозанятости для разных социальных групп, способствуя их социализации и самореализации – молодых мам, пожилых людей и др.;
- Построение диалога: создание независимой площадки для диалога между муниципальными властями, бизнесом и местными жителями;
- Уменьшение маятниковой нагрузки на транспортный каркас через создание офисных мест с почасовой арендой рядом с местом проживания;
- Создание всесезонного общественного пространства: помещение для организации встреч, праздников, других мероприятий, групповых занятий, танцев, йоги, репетиторства – различных видов культурного досуга;
- Рост локальной социальной сети: создаются поводы для знакомства и расширения социальных связей по месту жительства;
- Образование для молодежи: новые возможности для развития и образования детей и подростков;
- Создание соседского денежного фонда: создается денежный фонд соседских проектов, который может быть направлен на преобразование среды, организацию праздника, лекции, образовательной программы, мастер-класса;
- Жилищное просвещение, популяризация профессии менеджера соседских сообществ, повышение компетенций в этой области, развитие лидеров локальных сообществ из числа жителей спальных районов.

## **6. Показатели успеха технологии**

Критерии эффективности запуска Соседского центра

### Блок 1. События

Количество события, количество участников, социальное разнообразие участников, соотношение платных и бесплатных событий/услуг, соотношение событий в помещении соседского центра и за его пределами

### Блок 2. Ресурсообмен и сервисы

Объем фонда соседских проектов, эффективность работы зон соседского центра, соотношение привлеченных городских и локальных экспертов, партнеров, количество вовлеченных компаний-арендаторов и представителей локального бизнеса, количество образовательных программ и их качество, результаты

### Блок 3. Самоорганизация

Доля самоуправления в организации деятельности соседского центра, доля активностей/событий/инициатив/партнеров самостоятельно привлеченных местными жителями, количество задействованных волонтеров из числа местных жителей, устойчивость механизмов и институтов организации работы соседского центра

### Блок 4. Социальный капитал

Индекс доверия локального сообщества, новые связи и сообщества, количество вовлеченных лидеров городских сообществ, количество продаж квартир по рекомендации, количество публикаций в СМИ и подписчиков в социальных сетях, охват событий в локальных и городских медиа.

## **7. Необходимые ресурсы (материально-технические ресурсы, начальные финансовые ресурсы для старта и поддерживающий ресурс - для продолжения и устойчивости)**

- Помещение 50-100 м<sup>2</sup>, столы и стулья, компьютер с проектором, библиотека, мини-кухня, МФУ, книжные полки, меловая и маркерная доски, озеленение пространства;
- Проведение подготовительного исследования, разработка концепции, серии подготовительных событий, запуск и продвижение проекта (500 тыс. рублей);
- Ремонт и создание современного дизайн-проекта пространства соседского центра (500 тыс. рублей);
- Команда проекта – руководитель соседского центра, менеджер локального сообщества, волонтеры (100 тыс. рублей в месяц).

## **8. Команда (минимально необходимое количество членов команды, квалификационные и иные требования, необходимое обучение)**

Для успешного функционирования соседского центра в команде проекта должны быть реализованы следующие роли:

- Р (роль-результат) – отвечает за производство результатов, продвижение мероприятий, набор групп на образовательные программы, сбор средств и пожертвований в фонд соседских проектов, освещение деятельности соседского центра
- А (роль-администратор) – отвечает за администрирование процессов, финансовый учет, операционные процессы в пространстве соседского центра, закупку необходимых материалов и ресурсов, ежедневное функционирование соседского центра
- П (роль-предприниматель) – отвечает за новые события и программы, направления деятельности, совместных локальных проектов
- И (роль-интегратор) – осуществляет взаимодействие с локальным сообществом, местным бизнесом, представителями администрации района, переговоры с ключевыми партнерами, экспертами, набирает и развивает команду соседского центра

Рекомендуется, чтобы команда Соседского центра состояла из местных жителей, а для его устойчивого развития формировался совет Соседского центра, куда входили бы представителя ключевых областей и партнеров – городских сообществ, местного бизнеса, учреждений культуры и др.

## **9. Условия применения (какие дополнительные условия необходимы для успешного применения технологии – наличие сформированного сообщества, территория, партнеры и т.д.)**

Технология работает в спальных районах, где наблюдается недостаток развития социальной и коммерческой инфраструктуры и инфраструктуры взаимодействия локального сообщества.

Функция соседского центра может быть внедрена на базе библиотеки, культурного центра, школы, частного детского сада, торгового центра, офиса управляющей компании или кафе – это не обязательно должно быть отдельное помещение. Соседский центр как функция имеет потенциал привнести новый смысл в традиционные форматы социальной и коммерческой инфраструктуры районов города, являясь символом изменений и новых смыслов, инструментов поддержки локальных проектов.

## **10. Дополнительные материалы в сети интернет о технологии и результатах ее применения**

Сайт проект Соседские центры: <http://sosedi.center>

Серия статей в совместном проекте с интернет-изданием UrbanUrban: <http://urbanurban.ru/blog/?tag=uu+x+sosedi.center>

Интервью издания РБК+1: <http://plus-one.rbc.ru/blog/society/giperlokalnyy-mir-v-globalnom-gorode>

Видео-отчет с фестиваля соседских проектов от проекта «Социальная палата»: <https://www.facebook.com/socpalata/videos/1422209524522108/>

Группа проекта «Соседские центры» в социальной сети Facebook: <https://www.facebook.com/sosedi.center/>

## **11. Что-то дополнительное, что считают важным сказать авторы технологии для тех, кто готов ее внедрять на других территориях**

Этот проект мы запустили для того, чтобы создать «ферму по производству доверия», потому что считаем, что социальный капитал – это настоящий альтернативный источник энергии. Как сделать так, чтобы соседи в районе начали активно общаться друг с другом, дружить, вместе придумывать и делать что-то для своего дома/двора/района? Городу этого очень не хватает. Вся городская политика построена по принципу «сверху-вниз», а обычный горожанин уж точно не задумывается о том, что он может сделать для развития мегаполиса – «где мегаполис, а где мой обшарпанный подъезд и заброшенный двор», думает он. Как выделить среди соседей людей с «позитивной повесткой», тех, кто не только протестует и выражает недовольство, но готов помочь или сам реализовывать идеи по улучшению своего двора или района? Как дать им знания и инструменты, которыми можно и нужно пользоваться—это мы и пытаемся сейчас выяснить. Существует потребность и запрос от жителей на способы самоорганизации и реализацию локальных инициатив, и мы, обкатав тестовый проект, хотим создать масштабируемую модель запуска соседских центров во всех спальных районах страны — подружить жителей своих районов, наладить между ними контакт, передать им наш опыт, чтобы люди сами могли влиять и создавать свою реальность, в которой им хочется жить.

Для взаимодействия активных жителей с «позитивной» повесткой, мы создали мобильное приложение Knock chat (<http://knockchat.com>), где они могут находить друг друга, обсуждать важные вопросы локальной повестки, обмениваться вещами и услугами, взаимодействовать с местным бизнесом. Важно развивать как оффлайн инструменты формирования социального капитала, так и использовать современные технологии, такие как Knock chat для поддержки и усиления этого процесса.

# Добрососедство

## 1. Название технологии, территория и сроки реализации

### Добрососедство

Территория

г. Москва

Сроки реализации

2015 – 2017 годы

## 2. Автор технологии (носитель, распространитель), контактная информация

Сергей Кузнецов, координатор Общероссийского Дня Соседей 2015-2017, руководитель проекта «Добрые соседи».

Контактная информация

[ser\\_kuz@mail.ru](mailto:ser_kuz@mail.ru). 89164365886

## 3. Проблема, на решение которой направлена технология, цель применения и целевая аудитория

Технология направлена на создание условий для формирования добрососедской «идеологии», добрососедского климата и добрососедских отношений на территории для всех жителей. В известной степени – это «зонтичная» технология=идеология, включающая целый ряд более узких направлений, таких как соседская безопасность, соседская экономика, соседское просвещение, местное самоуправление – от подъезда до микрорайона, как пережить капитальный ремонт и многие другие. И может быть с успехом использована для борьбы и социальной изоляцией, одиночеством, в развитии взаимопомощи и сотрудничества.

## 4. Алгоритм реализации технологии (краткое описание последовательности того, что и как именно нужно делать)

Алгоритм формирования добрососедских отношений и внедрение добрососедской «идеологии» включает несколько простых правил и шагов.

### Правила

- Как можно больше локальной информации (и значимой для этой территории внешней информации), поданной крупными буквами, простыми словами в удобном месте, вовремя или заблаговременно (обязательно в печатном виде) и обязательно в электронном виде (сайт дома или микрорайона, группа в соцсетях, использование всех современных технологий);
- Как можно больше совместных дел, с использованием навыков и талантов местных жителей;
- Как можно больше праздников, которые организуете вы сами вместе с вашими детьми, соседями, управляющими организациями и другими заинтересованными участниками;

- Как можно больше благодарностей всем, кто участвует, создает, сочувствует, помогает, не мешает!

### Шаги

- Определите проблему – цели, вокруг которых нужно объединить усилия. Для этого соберите мнения всех тех, кто живет рядом или опишите то, что больше всего волнует именно Вас;
- Выделите группу активных и равнодушных соседей. Для этого выберите тех, у кого активная жизненная позиция или проведите опрос среди жителей;
- Составьте план территории вашего двора или микрорайона и отметьте на нем болевые точки, которые требуют решения. Для этого устройте «мини экспедицию на территорию». Не забудьте все записать и сфотографировать;
- Проведите встречу, на которой обозначьте план действий. Для этого подготовьте информационный материал, в котором будет обозначено все самое необходимое для принятия решений;
- Подготовьте информацию для своих соседей. Для этого оформите их в виде информационного листка или стенгазеты. Не забудьте указать там контакты инициативной группы;
- Найдите и пригласите партнеров, которые будут готовы поддержать ваши идеи и активности. Для этого составьте письма-приглашения с подробным рассказом и описанием того, о чем вы просите и что предлагаете;
- Не забудьте вовремя рассказывать соседям о работе вашей команды и пригласить их к участию. Для этого продумайте, где можно собрать большое количество людей, кто даст чайник и добудет заварку, и к какой розетке подключить удлинитель;
- После каждой победы вашего актива, не забудьте отметить ее соседским чаепитием или новостью в информационном листке. Неудачи тоже надо отмечать для того, чтобы учесть все нюансы в будущем. Для этого заведите за правило создавать летопись происходящих у вас событий;
- Изучите опыт работы в вашем регионе и других регионах России. Используйте методические и информационные материалы. Присоединитесь к ежегодной акции «Международный день соседей». Для этого присоединитесь в социальных сетях к профильным группам и используйте сайты региональных и общероссийских организаций, которые занимаются добрососедством и местным самоуправлением.

К некоторым «обязательным», уже вполне традиционным коллективным действиям (акциям) отнесем Празднование Дня Соседей, что можно отнести и к важному результату добрососедской идеологии, и действенному инструменту.

Разработку, внедрение определенных общих соседских правил поведения, проживания.

## **5. Планируемые результаты**

Предполагают создание более дружелюбной среды, где соседи знают друг друга, где разработаны и соблюдаются добрососедские правила, где гораздо выше ощущение безопасности, уверенности в соседской взаимопомощи и сотрудничестве, также высокий уровень способности жителей договариваться и принимать коллективные решения (обязательные в МКД).

## **6. Показатели успеха технологии**



Многие (все) соседи знакомы друг с другом, низкий уровень (отсутствие) вандализма, безопасность территории, активно и продуктивно используются местные соседские ресурсы, высокая осведомленности жителей об всех внутримодовых процессах, проблемах и оперативное реагирование и взаимопомощь.

## **7. Необходимые ресурсы (материально-технические ресурсы, начальные финансовые ресурсы для старта и поддерживающий ресурс - для продолжения и устойчивости)**

Технология не требует специальных ресурсов, но требует желания и времени. При этом в дальнейшем, есть возможность использования собственного или привлеченного ресурса для больших результатов.

## **8. Команда (минимально необходимое количество членов команды, квалификационные и иные требования, необходимое обучение)**

Даже одна дружная соседская семья способна изменить жизнь в подъезде. Однако, чем больше соседей вовлечено в «соседскую жизнь», чем выше уровень образования и воспитания, тем больше шансов на успех вашего добрососедского проекта.

## **9. Условия применения (какие дополнительные условия необходимы для успешного применения технологии – наличие сформированного сообщества, территория, партнеры и т.д.)**

Наличие сформированного сообщества, территория, партнеры и т.д.); соседская (жилищная) культура.

## **10. Дополнительные материалы в сети интернет о технологии и результатах ее применения**

Информационные и отчетные материалы по теме добрососедство в сети интернет, материалы средств массовой информации, а также блоги и посты в социальных сетях.

Проектшп.рф  
Sosed2017.ru  
Dobryegoroda.ru  
Sosed.center  
Tsg-rf.ru  
Горуправдом39.рф  
Minipolis.ru

## **11. Что-то дополнительное, что считают важным сказать авторы технологии для тех, кто готов ее внедрять на других территориях**

Нужно самому быть добрым соседом, быть готовым к тому, что «добрососедство» требует много времени, терпения, толерантности, знаний, готовности к изучению нового и применению полученных знаний в своем сообществе.

# Центр продюсирования городских инициатив

## 1. Название технологии, территория и сроки реализации

**«Центр продюсирования городских инициатив»**

Территория

г. Пермь

Сроки реализации

май - декабрь 2013

## 2. Автор технологии (носитель, распространитель), контактная информация

Фонд «Центр гражданского анализа и независимых исследований (Центр ГРАНИ)»

614045, Пермь, ул. Газеты "Звезда", 13

т/ф +7(342)207-09-90, 207-09-29, 207-09-89

e-mail: [info@grany-center.org](mailto:info@grany-center.org), [grany@grany-center.org](mailto:grany@grany-center.org)

<http://grany-center.org/>

Группы в социальных сетях:

<https://www.facebook.com/grany.center>,

<http://vk.com/granyp Perm>

## 3. Проблема, на решение которой направлена технология, цель применения и целевая аудитория

Инициативные группы горожан не только готовы участвовать в настройке конкретных сфер жизни, но всё более заметным становится их потенциал к участию в сбалансированных социальных партнерствах: друг с другом, с органами местного самоуправления, институтами гражданского общества, иными заинтересованными сторонами. Однако очевидной остается неравносность сил инициативных групп и различных субъектов, с которыми активисты пытаются выстраивать партнёрства. Это обусловлено рядом причин. Во-первых, как правило, новые активисты и инициативные группы не имеют опыта продуктивного общественного взаимодействия с разными субъектами и заинтересованными сторонами. Например, выступая против негативной практики, будь то неравномерное качество услуг в дошкольных учреждениях или недостаточное информирование заинтересованных групп о социальном процессе, выливающееся в острый городской конфликт, группы испытывают сложности при настройке диалога со сторонами конфликта: чиновниками, депутатами, контролирующими органами, бизнесом и т.д. Они не готовы предложить новые решения назревших проблем в силу недостаточных знаний как об иных игроках, так и о 3 правилах регулирования ситуации. Они не всегда четко понимают, с кем именно нужно вести переговоры, и поэтому мы имеем такое количество коллективных писем по частным вопросам, адресованных в самые высокие уровни власти вплоть до первого лица государства. Новые городские активисты плохо владеют административным языком, поэтому не всегда готовы сесть за стол переговоров с лицами, принимающими решения, без «переводчика», а также не готовы оценить качество того или иного официального документа: он нуждается в адаптации на понятный потребителю язык. Таким образом,

публичные коммуникативные навыки инициативных групп слабы, а представления о возможных сторонниках, оппонентах, экспертах, а иногда, собственно, о предмете обсуждения - хаотичны. Во-вторых, сами активистские группы как социальные партнеры очень слабы. В исследованиях эксперты Центра постоянно наталкивались на «высокую смертность» инициатив на ранних этапах развития – тогда, когда активисты сталкивались с первыми трудностями. Один из серьезных факторов риска замкнутости и быстрого сворачивания инициативы - отсутствие у активистов специальных знаний об организационной, коммуникационной и даже бюджетной составляющей реализации идеи. Новым городским активистам не на что опереться: нет публичных ресурсов, где был бы представлен аналогичный успешный опыт. Кроме того, собираясь заниматься новым гражданским творчеством, активисты даже не понимают, какие затраты они понесут. Поэтому высокая смертность инициатив на первых этапах также обусловлена неготовностью решать разные проблемы, связанные с реализацией идей. Налицо разрыв между новыми городскими активистами и имеющимися традиционными НКО. Опытные ресурсные организации имеют смутное представление о поддержке новых городских инициатив, предпочитая партнерства с известными устойчивыми группами и организациями. В экспертных интервью представители НКО отмечают, что, несмотря на желание сотрудничать и поддерживать многообразие городских практик на уровне «корней травы», отсутствуют механизмы выявления продуктивных городских инициатив, пакет предложений вариантов поддержки, методики обучения и технологии усиления «новых активистов». Важным фактором высокой смертности инициатив является также замкнутость деятельности: отсутствие «мостов» с потенциальными партнерами, местным сообществом, лицами, принимающими решения. Одним из факторов, обуславливающих замкнутость 5 новых инициатив, является высокая тревожность активистов. По данным экспертных интервью, они не желают, чтобы за счет их идей продвигались политические партии и организации с негативной, с их точки зрения, репутацией. Новые инициативы испытывают затруднения с привлечением к деятельности горожан. Существует языковой барьер, не позволяющий горожанам включиться в городские гражданские практики в силу того, что им непонятны термины, которые используют НКО и активистские группы.

#### **4. Алгоритм реализации технологии (краткое описание последовательности того, что и как именно нужно делать)**

В основе механизма работы Общественной службы лежит метод продюсирования общественной инициативы. Продюсирование не ограничивается юридическим, экономическим или PR-консультированием. На первом этапе, это комплексная всесторонняя поддержка идеи, помощь в постановке и формулировании цели и задач, выборе соответствующих методов деятельности с учетом ресурсов инициативы, в том числе анализ и использование в дальнейшем психологической характеристики ее лидеров и участников. На следующих этапах продюсеры усиливают инициативу собственными ресурсами, связями, экспертными возможностями, в том числе могут представить новых активистов лицам, принимающим решения, содействовать встречам с иными, важными для целей реализации инициативы, профессионалами, лидерами мнений, обеспечить необходимыми 8 экспертными аргументами, сориентировать в возможных источниках финансирования. Основная сложность метода заключается в индивидуальном подходе к развитию каждой инициативы. Выбор варианта поддержки, а также составление «дорожной карты» для развития инициативы зависит от внутренних факторов инициативной группы: целей активности, задач, мощности, ресурсов, методов работы. Здесь также влияют и внешние факторы: наличие соответствующих муниципальных и региональных программ, проектов НКО и других негосударственных организаций, которые могут усиливать возможности группы.

Важно отметить, что «продюсерский центр» не стимулирует людей к активности, а работает с уже созданными инициативными группами и активными горожанами.

### Технология реализации

- ШАГ 1. Каждая инициатива, нуждающаяся в поддержке Общественной службы, подает соответствующую заявку (форма её предварительно размещается на тематической странице Интернет-сайта организации). Здесь активисты должны описать проблему, на решение которой направлена их деятельность, задачи деятельности, методы работы, а также собственные информационные, технические, ресурсные, экспертные дефициты, которые они желают восполнить при поддержке экспертов Центра продюсирования. Какие тематические группы городских активистов могут обратиться в Службу поддержки городских инициатив?
  - ✓ защита «общественных территорий» (борьба с уплотнительной застройкой, с перепрофилированием рекреационных зон и пр.);
  - ✓ защита интересов социальных групп, имеющих потребность в учете своих специфических особенностей (женщины в кризисной ситуации, дети, инвалиды, ЛГБТ, ВИЧ-инфицированные, члены нетрадиционных конфессий и пр.);
  - ✓ социальная и гуманитарная нефинансовая помощь уязвимым группам (адресная помощь сиротам, больным, старикам, бездомным, больничная клоунада, работа по социализации меньшинств, маргинальных групп и т.д.);
  - ✓ сбор средств на помощь больным, детям-сиротам, детям с серьёзными заболеваниями и пр.;
  - ✓ сопротивление «реструктуризации и оптимизации» бюджетных учреждений (школ, больниц, интернатов и пр.) и борьба за этичные профессиональные стандарты;
  - ✓ активность перед лицом стихийных бедствий (пожары, наводнения и пр.);
  - ✓ поиск пропавших людей;
  - ✓ «зелёные движения» (группы, продвигающие экологичный образ жизни) и защита животных (бездомных, диких, исчезающих видов и пр.);
  - ✓ краеведческие группы и градозащита;
  - ✓ создание инфраструктурных Интернет-платформ;
  - ✓ движения автомобилистов (борьба с «мигалками», с шумом, с плохими дорогами и пр.);
  - ✓ движения активных родителей, отстаивающих интересы семьи и детей;
  - ✓ борьба с невыполнением государством ранее взятых на себя социальных обязательств и за предоставление качественных услуг государственных сервисов;
  - ✓ движения за соблюдение конституционных норм;
  - ✓ досуговые и субкультурные практики, содержащие элементы освоения и настройки городской среды в интересах своих групп.
- ШАГ 2. Заявка рассматривается Экспертным советом службы, который должен определить: насколько деятельность группы продуктивна и несёт общественную значимость. Не поддерживаются группы, идейная составляющая которых имеет чело́веконенавистническую или дискриминационную направленность, а также деятельность которых направлена исключительно на получение прибыли или не соответствует законодательству Российской Федерации. После одобрения заявки Экспертным советом службы группа становится получателем услуг Центра продюсирования городских инициатив. Инициативы получают комплексную поддержку: экспертную, методическую, ресурсную.

Их усиливают: аргументами; языком; технологиями; специалистами.

Направления деятельности Центра продюсирования городских инициатив:

- Обучение/информирование;
  - Консалтинг;
  - «Вывод в свет».
- 
- ШАГ 3. Форма поддержки – обучение. Основные принципы обучения в Центре продюсирования:
    - ✓ Практикоориентированность;
    - ✓ Разнообразные форматы;
    - ✓ Преподают только профессионалы.

Обучение в Центре продюсирования – это групповая форма работы. Оно состоит из нескольких двухдневных сессий (3-4 в течение года), а также разовых тренингов и мастер-классов.

Двухдневные сессии обычно проходят в пятницу-субботу (вечер пятницы с 18.00 до 21.00; первая половина дня субботы с 10.00 до 15.00). Такой график обусловлен тем, что активные горожане – участники инициативных групп – днём работают или учатся, и выходные дни для них - единственно возможный вариант для обучения в Центре продюсирования. Программа сессий поделена на блоки по ролевому принципу: одна сессия - для лидеров инициативы, вторая сессия - для координаторов инициативной группы, третья сессия - для коммуникаторов. Каждый блок обязательно включает практический раздел, в котором отрабатываются навыки в рамках самоанализа на основе представленного материала, самотестирования, деловых игр.

- ШАГ 4. Форма поддержки – консалтинг. Инициативные группы получают поддержку в формате индивидуальных и групповых консультаций с экспертами Центра продюсирования и привлеченными ими специалистами.

Специалисты и организационные консультанты проводят:

- ✓ Комплексную диагностику группы;
- ✓ Выявляют проблемы лидера;
- ✓ Анализируют бюджет и ресурсную обеспеченность;
- ✓ Проводят юридические консультации;
- ✓ Изучают, как организован PR и GR группы;
- ✓ Проводят анализ деятельности, достигаемых и планируемых результатов активности;
- ✓ Выявляют наиболее приемлемые гражданские технологии, с применением которых группа могла бы достичь поставленных задач;
- ✓ По итогам:
  - ✓ Постановка целей и задач, разработка методов и технологий их реализации;
  - ✓ Составление «дорожной карты»;
  - ✓ Консультации психолога и медиатора;
  - ✓ Репозиционирование;
  - ✓ Помощь в оформлении постоянных процессов функционирования группы;
  - ✓ Содействие в решении конкретных задач.

Кроме того, Общественная служба поддержки оказывает комплексную PR-поддержку инициативе. В распоряжении службы имеется несколько интернет-площадок, дизайнеры, специалисты по медиапродвижению и GR. В случае необходимости, когда проблема значима для множества групп и для ее решения необходима работа с органами МСУ, Общественная служба содействует группе в проведении диалоговых мероприятий с лицами, принимающими решения. Таким образом, к работе в Центре продюсирования городских инициатив в части консалтинговой поддержки инициативных групп

привлекаются, как минимум, три консультанта, имеющих значительный опыт, как в оценке, так и в непосредственной реализации некоммерческих проектов. При необходимости, количество экспертов может быть увеличено, если требуются специальные знания и аргументы для эффективной работы группы.

- **ШАГ 5. Форма поддержки – «Вывод в свет».**

Содействие включению активных горожан в Общественно-консультативные советы при органах власти и местного самоуправления – это важная ресурсная поддержка для инициатив, увеличение ее продуктивности. Шаг к тому, чтобы помочь городской инициативе, готовой к ответственному сотрудничеству, выйти на иной уровень решения проблемы. Включение в состав ОКС неравнодушных активистов, имеющих опыт в определённой сфере, усилит как их самих, так и будет способствовать налаживанию взаимодействия между разными участниками процесса - активными горожанами, властью, местными сообществами, СМИ.

Привлечение городских активистов к участию в общественных диалогах по интересующим их темам в рамках гражданского жюри или ситуационного анализа (круглый стол, организованный по определённым правилам).

## **5. Планируемые результаты**

Будет налажено взаимодействие между активными горожанами, органами власти, НКО, СМИ для решения вопросов местных сообществ и территорий.

## **6. Показатели успеха технологии**

Показателем успешности является преодоление «фазы смертности» городской инициативы, и развитие инициативных групп.

## **7. Необходимые ресурсы (материально-технические ресурсы, начальные финансовые ресурсы для старта и поддерживающий ресурс - для продолжения и устойчивости)**

- Подготовить и разместить в публичной доступе форму заявки для инициатив.
- Создать пул экспертов, которые войдут в экспертный совет, и отберут инициативы для участия в проекте;
- Создать пул экспертов, которые смогут выступать консультантами и спикерами для инициатив. Ведущими обучения могут стать профессионалы, опытные специалисты из разных сфер: урбанисты, уличные художники, координаторы гражданских проектов, журналисты, видеооператоры, маркетологи, эксперты в сфере интернет-технологий, Открытого правительства, стратегического планирования, социального предпринимательства и т.д.;
- Заранее просчитать расходы на аренду помещения для проведения очных встреч, печать раздаточных методических материалов. Помещение должно быть рассчитано на 30-40 человек, и быть multifunctional (предполагать разную расстановку мебели и раскладку участников), оснащено техникой: проектором, экраном, компьютером/ноутбуком, колонками, микрофоном (если это необходимо), флип-чартом.

## **8. Команда (минимально необходимое количество членов команды, квалификационные и иные требования, необходимое обучение)**

- Руководитель проекта;
- Консультант по взаимодействию с органами власти в сфере решения задач социального развития;
- консультант в сфере управленческого консалтинга;
- медицинские специалисты, специалисты в области маркетинга и PR, журналисты, юристы и бухгалтеры, представители общественных организаций.

# Паспорт социальной активности территории

## 1. Название технологии, территория и сроки реализации

Паспорт социальной активности территории

## 2. Автор технологии (носитель, распространитель), контактная информация

Фонд поддержки социальных инициатив «Содействие».

Автор разработки: Самарина Нина Николаевна, президент фонда поддержки социальных инициатив «Содействие»

Контактная информация

[consaltingperm@list.ru](mailto:consaltingperm@list.ru) +7 342 212 23 20; +7 342 212 79 99 моб. +7 919 473 1112

## 3. Проблема, на решение которой направлена технология, цель применения и целевая аудитория

Проблема, которую решает данная программа заключается в низком качестве жизни жителей нашей страны.

Программа исследования социальной активности территории позволяет отслеживать процессы, происходящие в обществе на основе изучения массовых представлений о них, являясь формой диалога и механизмом обратной связи населения и органов власти.

Цель исследования: проанализировать и оценить уровень общественной сферы, влияющий на качество жизни сообщества по различным направлениям на местном уровне.

Задачи исследования:

- выявить степень развития определенных отраслей социальной сферы, влияющих на качество жизни с учетом мнения жителей;
- Определить «горячие» проблемные точки поселений – наиболее актуальные направления в населенных пунктах территории;
- Увидеть "Точки роста" для развития социальных ресурсов территории.

Объектами исследования являются различные целевые группы жителей исследуемой территории.

Оптимальная периодичность проведения опросов – раз в два года. Повторные спустя 4-5 лет после составления первых паспортов, позволяют отследить изменения в исследуемых территориях, оценить качество работы с ресурсами и развитие общественного потенциала.



#### 4. Алгоритм реализации технологии (краткое описание последовательности того, что и как именно нужно делать)

Проведение исследования:

1. Кабинетное исследование — сбор материалов, изучение, систематизации и анализ вторичной информации из доступных источников с целью выявить особенности конкретной исследуемой территории, оценить необходимость изучения конкретных сфер социальной жизни, а также выбор наиболее активной группы населения для привлечения их в качестве интервьюеров.

В качестве источников информации могут быть использованы материалы, опубликованные государственными органами, публикации в местных СМИ, социальные программы территории, электронные источники информации;

2. Формализованный опрос населения (полевое исследование) – сферы для опроса могут выбирать активисты района. Так это может быть сфера образования (школы и детские сады), или досуговые учреждения (культурной направленности или спортивной). Базовыми сферами являются – образование, здравоохранение, занятость населения, досуговая деятельность, благоустройство. Однако, по рекомендации местного сообщества, сферы могут быть расширены или сужены.

Критериями для выбора сфер могут стать:

- Слабая изученность сферы (отсутствие обращений населения, статистических данных и т.д.);
- Большое число проблем в выбранной сфере (в данном случае результаты опроса позволят выявить приоритеты для работы).

2.1 Для подготовки анкеты и социального паспорта предлагаем использовать блок вопросов. Очень хорошо, если активные жители вносят предложения, так как это создает ощущение их участия в решении проблем и стимулирует осознание необходимости действий для улучшения качества жизни:

- Оцените по шкале от 1 до 5 качество предоставляемых услуг в сфере (образование, здравоохранение, благоустройство и т.д.) в вашем поселении (районе, территории);
- Назовите основные проблемы, с которыми вам приходится сталкиваться в процессе получения образовательных услуг (услуг в сфере здравоохранения/благоустройства/досуга) (интервьюер! Запишите со слов респондента);
- Если бы вы могли улучшить систему образования (здравоохранение, уровень досуга, благоустройство) в вашем поселении, что бы вы сделали в первую очередь (интервьюер! Запишите со слов респондента).
- Готовы ли вы лично принять участие в решении проблем, стоящих перед вашим населенным пунктом?

Варианты ответов:

- ✓ да, готов оказать любую помощь, в том числе материальную;
- ✓ да, готов принять участие в субботниках или членство в общественных организациях;
- ✓ да, готов самостоятельно решать проблемы поселения;
- ✓ уже решаю;
- ✓ нет, не желаю;
- ✓ затруднился ответить.

Вторая часть блока представляет собой открытый вопрос, который позволяет не только выявить конкретные предложения от инициативных граждан, но и степень возможного включения людей в решение вопросов местного сообщества.

- Что вы можете сделать для вашего поселения? (интервьюер! Запишите со слов респондента).

В качестве интервьюеров выбирались наиболее активные и уважаемые жители населенного пункта, лидеры общественного мнения, члены общественных организаций. Интервью – это не автоматическая работа, каждый респондент индивидуален и к каждому необходимо найти соответствующий подход, чтобы его ответы были искренними и правдивыми. Активисты территории органично вписываются в роль интервьюеров, ведь они общительны, их знают и им доверяют люди. Тем не менее, данная группа не является профессиональными интервьюерами и для качественного сбора данных с ними необходимо провести подробный инструктаж.

Инструктаж проводится в несколько этапов. В ходе инструктажа интервьюеры получают информацию и разъяснения о целях исследования, методах проведения опроса, структуре опросного листа. Обязательным условием является проведение лекции об обязанностях и этическом поведении интервьюера, основных ошибках при проведении опроса, техниках убеждения, а также об эффекте общения интервьюера. Под руководством организатора опроса интервьюеры в опытным порядке заполняют пробные анкеты, выясняя все проблемные вопросы. Каждый из интервьюеров получает разрядку по квотам, составленную на основе выборки по территории, инструкцию по проведению опроса для интервьюера. После завершения инструктажа интервьюеры получают массив анкет, за который они расписываются в бланке раздачи/сбора анкет. После завершения опроса интервьюеры сдают анкеты в определенный срок и назначенный пункт сбора информации. Ответственный за приемку принимающий (бригадир) обязан проверить первичную правильность заполнения опросных листов, соответствие респондентов квотам его задания. Собранный массив социологической информации подвергается предкомпьютерной обработке: разработка типологий и кодирование открытых вопросов. Затем по специально разработанному заданию, составленному в соответствии с программой исследования, проводится обсчет информации на персональном компьютере с применением программ обработки данных.

Полученные аналитические таблицы составляют информационную базу отчета по проведенному этапу исследования. В ходе последующего анализа выделяется следующая группа социальных показателей:

- степень реализации потребностей, интересов, ценностных ориентаций в процессе получения услуг в выбранных социальных сферах;
- оценка возможностей влиять на ситуацию в поселении;
- степень удовлетворенности различными условиями жизни, возможностями по месту жительства;
- значимость различных сфер жизнедеятельности;
- общая оценка степени самореализации в основных сферах жизнедеятельности;
- степень удовлетворенности жизнью в целом;
- уровень готовности включаться в решение проблем на местном уровне;
- «жизненная позиция» респондента;
- социальное положение семьи.

Полученные в ходе массового опроса данные подвергаются нескольким видам анализа, в том числе линейное распределение количества респондентов, выбравших определенный вариант ответа и более глубокий анализ с выделением социальных групп, отдельных поселений для разработки аналитического отчета.

### Разработка паспорта:

Социальный паспорт территории представляет собой объединение карт проблем и потребностей населения и общественного потенциала, предложений жителей территории по решению основных вопросов, влияющих на их качество жизни.

- При разработке карты проблем и потребностей изучаются оценки социальных сфер, выбранные на этапе создания инструментария, респондентами каждого из поселений, участвующих в исследовании. При анализе выделяются средние значения в каждой из вышеупомянутых сфер с разделением по населенным пунктам. Степень остроты проблем в поселении рассчитывается из количества баллов, полученных в ходе суммирования средних значений оценок сфер респондентами.
  - Карта общественного потенциала разрабатывается в два этапа. На основе линейного распределения ответов респондентов на вопрос: «Готовы ли вы лично принять участие в решении проблем, стоящих перед вашим населенным пунктом?» рассчитывается степень готовности жителей поселения включиться в решение проблем. Каждому из ответов присваивается соответствующий коэффициент. Затем процент ответивших умножается на коэффициент, и суммируется для каждого поселения. Итоговое значение является уровнем потенциала населения. Дополнительно выделяются сферы, в которых уже ведется активная деятельность жителей на основе данных, полученные в ходе первичного анализа исследуемых территорий.:
- ✓ Да, готов оказать любую помощь, в том числе материальную,  $k=1$
  - ✓ Да, готов принять участие в субботниках или членство в общественных организациях,  $k=2$
  - ✓ Да, готов самостоятельно решать проблемы поселения,  $k=3$
  - ✓ Уже решаю,  $k=4$
  - ✓ Нет, не желаю/ затруднился ответить,  $k=0$

Важной частью социального паспорта является его обложка. Если главная страница обложки дает вводную информацию – название исследования, панорамную фотографию, символику, адрес, контакты администрации исследуемой территории и организаторов исследования, то обратная сторона паспорта нацелена на информирование населения. Тип информации определяется участниками исследуемой территории на первой встрече и презентации паспорта и, в зависимости от потребностей, это может быть:

- Список муниципальных учреждений социальной направленности и некоммерческих организаций территории с их контактами;
- Точки роста территории, с адресами работающих ТОСов, инициативных групп микрорайонов, поселковые и уличные комитеты, контакты старших

по домам, любительских клубов и объединений по интересам в Домах культуры, библиотеках, клубах, спортивные залы и секции, т.д.;

- Типы возможностей для участия граждан в общественной жизни территории (консультационные и общественные советы, адреса общественных приемных политических партий, отдельных депутатов);
- Выдержки из нормативных актов, разъяснения законодательства (в том числе по ФЗ 131 о проведении референдумов, связанных с самообложением, региональным законодательным актам "об инициативном бюджетировании", и т.д.);
- Социологический портрет активного жителя территории;
- Рейтинг самых актуальных проблем территории и многие другие.

### — Интерпретация паспорта - как читать и использовать в работе социальный паспорт

Представленные в Паспорте графики демонстрируют средние значения оценок каждой из представленных сфер в различных поселениях. Представленные данные позволяют выявить в каждом поселении проблемы, которые требуют особого внимания со стороны исполнительной власти и местного бизнеса.

Карта проблем отражает средние значения по выбранным исследуемым сферам в конкретных территориях (поселениях, микрорайонах, территориях). Чем интенсивней, темнее цвет выделенной территории (поселения), тем более низкие оценки уровню качества обслуживания и развития социальной сферы были оценены жителями территории. Карта позволяет выявить территории, в которых высокий уровень социального напряжения.

Карта социальной активности населения, рассчитанная с учетом представленных ранее коэффициентов, позволяет выявить наиболее активные территории. Так, чем темнее цвет территории, тем выше готовность населения брать на себя вопросы повышения уровня оказываемых услуг и включаться в решение проблем на местном уровне.

Каждая территория на карте социальной активности населения снабжена точками, отражающими готовность жителей к участию в решении конкретных проблем – те направления деятельности, которые жители территории указали в качестве приоритетных видов общественной активности для себя.

Использование инструмента социального паспорта как дополнительного канала межсекторных коммуникаций и инструмента обратной связи усиливает его влияние и полезность для развития местного сообщества. Важно и умение специалистов, проводивших исследование, демонстрировать позитивные изменения, произошедшие в результате их деятельности, что является одним из ключевых факторов завоевания доверия общества и привлечения его ресурсов – как местных, так и частных. Чтобы успешно демонстрировать обществу позитивные изменения, произошедшие в результате их деятельности, нужны самые разнообразные навыки и умения, из которых самыми главными являются:

- умение «работать на результат», анализировать свою деятельность и деятельность всех участвующих в работе с точки зрения достижения запланированного результата;
- способность стать экспертом в своей области;
- готовность к эффективной коммуникации с заинтересованными сторонами, готовность к социальному партнерству.

## Представление итогов исследований

Для представления итогов исследования рекомендуем проведение открытых публичных презентаций с участием руководства исполнительной власти территории, представителей депутатского корпуса, руководителей отдельных ведомств, управлений социальной и общественной сферы территории, руководителей муниципальных бюджетных учреждений, некоммерческих организаций, активистов и общественников, персон влияния и средств массовых коммуникаций территории.

Всем участникам публичного мероприятия предлагается печатный вариант социальной карты для обсуждения, подготовки вопросов к организаторам исследования, вопросов по более детальному разъяснению основных показателей и предложениям по решению проблем сообщества силами неравнодушных граждан.

Для проведения публичной презентации итогов исследования обязательно приглашаются представители местных печатных изданий, телевидения, журналисты, блогеры, которые готовят и тиражируют информационные материалы, мнения участников мероприятия о представленных результатах, реакции участников исследования и предполагаемых результатов использования.

## **5. Планируемые результаты**

Составление Социального паспорта территории помогает решить несколько задач:

### Представители органов власти и местного самоуправления получают возможность:

- отслеживать и анализировать результаты своей работы в динамике на основе повторных исследований, активно влиять на практическую жизнь, получать эффективный прогнозируемый социальный результат;
- производить корректировку работающих социальных программ, направленных на повышение уровня жизни в данной территории;
- использовать общественный потенциал населения в виде высказанных предложений и инициатив жителей, при наименьших издержках достигать более высоких результатов совместной деятельности;
- укреплять межсекторное взаимодействие с представителями общественности и местного бизнеса по актуальным вопросам, направленных на развитие территории
- расширять спектр возможностей для социального проектирования инициативными группами и муниципальными учреждениями, внедрение механизмов народного финансирования, самообложения, механизмов участия в формировании «народного бюджета», технологий инициативного бюджетирования и т.д.
- использовать исследование и публичные формы презентаций его результатов как доступный механизм обратной связи с населением.

### Представителям местного малого бизнеса и предпринимателям помогает:

- увидеть перспективы развития собственного бизнеса в территории, расширить спектры оказания услуг, связанных с решением конкретных проблем в обслуживании населения и повышением уровня жизни в сообществе;

- развивать новые подходы к решению социальных проблем в территории, заняться социальным предпринимательством и оказанием социальных услуг;
- расширить формы межсекторного взаимодействия с представителями некоммерческого сектора в территории, установить долговременные, постоянные взаимосвязи с эффективными действующими НКО и активистами, включиться в их работу в качестве экспертов, членов Попечительских советов и др.;

Представителям некоммерческих организаций и активным гражданам:

- Включение в проведение исследовательских работ добровольцев из числа представителей НКО, местной интеллигенции, представителей ветеранского актива позволяет расширить ряды своих активистов, получить потенциальных новых членов;
- расширить возможности для появления новых некоммерческих организаций, фондов, ТОС и других НКО, развивающих территорию;
- оценивать и анализировать эффективность результатов реализации собственных программ и проектов, реализуемых НКО в территории;
- использовать исследовательские методы работы по составлению социального паспорта совместно с целевыми группами как инструменты активизации работы с населением и форму обратной связи, для повышения авторитета и открытости общественной организации.

## **6. Показатели успеха технологии**

Показателем успешности является вовлечение большого количества активистов-добровольцев, включенность местных жителей, органов власти, бизнес структур в проведение исследования и дальнейшее применение полученных результатов.

## **7. Необходимые ресурсы (материально-технические ресурсы, начальные финансовые ресурсы для старта и поддерживающий ресурс - для продолжения и устойчивости)**

- Финансовые средства в размере от 100000 рублей в зависимости от территории и от активности местных жителей (чем больше волонтеров, тем меньше затраты). Средства необходимы на оплату труда, расходы на транспортное обслуживание внутри района и доставку полученных материалов для обработки в региональный центр, издание (печать) паспорта.
- Для проведения повторного исследования сумма расходов снижается за счет привлечения добровольцев и активистов-общественников, которые включившись в эту работу продвигали свои проекты и инициативы, получали обратную связь от населения, что было взаимовыгодно обеим сторонам, участвующих в составлении паспорта.

## **8. Команда (минимально необходимое количество членов команды, квалификационные и иные требования, необходимое обучение)**

Для успешного решения задач всего цикла подготовки и создания Социального паспорта территории создается временная команда, возглавляемая руководителем

организации. По форме команда отражает существующую организационную структуру управления проектом, разделение функций, обязанностей и ответственности за принимаемые решения в процессе его реализации.

- Менеджер проекта (желательно социолог по образованию) - общее руководство проектом, контролирующего его основные параметры и координирующего деятельность членов команды;
- Специалисты – это могут быть руководители и главы территорий, представители депутатского корпуса и исполнительной власти, руководители основных действующих некоммерческих организаций, персоны влияния и местного бизнеса, то есть жители исследуемой территории;
- Специалист-дизайнер - составление макета и предпечатная подготовка паспорта.

## **9. Условия применения (какие дополнительные условия необходимы для успешного применения технологии – наличие сформированного сообщества, территория, партнеры и т.д.)**

Для продвижения данной технологии важно, чтобы представители исследуемой территории «загорелись» идеей создания паспорта и перспективами использования его результатов в своей работе. Важно, чтобы партнерами выступили не только представители органов местной власти, но и местного бизнеса. Проанализировав уровень оценки проблем территории, представители местного бизнеса для себя начинают понимать новые точки роста для своего бизнеса, например, в сфере оказания услуг и торговли. Кроме предпринимательского сообщества важно участие заинтересованных представителей культуры, спорта, образования, дополнительного образования, здравоохранения для оперативного решения управленческих задач в сфере своей ответственности.

(Например, в ходе исследования в Частином районе Пермского края, были высказаны пожелания посетителей районной больницы, чтобы руководство больницу заменили регистраторов пожилого возраста на более приятных молодых девушек, а также установили автоматы по выдаче бахил. Предложения были незамедлительно выполнены, что сразу повысило уровень обслуживания жителей района.)

## **10. Дополнительные материалы в сети интернет о технологии и результатах ее применения**

Информация и методические рекомендации по составлению «Социального паспорта территории» можно найти на сайте НП «Альянс фондов местных сообществ Пермского края» в разделе «Материалы» [www.fmspk.org](http://www.fmspk.org) и на сайте Фонда поддержки социальных инициатив «Содействие» [www.sodeistvieperm.ru](http://www.sodeistvieperm.ru)

## **11. Что-то дополнительное, что считают важным сказать авторы технологии для тех, кто готов ее внедрять на других территориях**

Проведение работы по составлению паспорта социальной активности территории позволяет объединить и поднять здравомыслящие силы, заинтересованные в ее развитии. Использование анкетного опроса жителей позволяет выстроить обратную связь не только с органами местной власти, но и получить мнение о реализуемых и планируемых социальных проектов, о результатах деятельности общественных

организаций, которые могут обогатиться за счет привлечения новых идей от жителей территории.