

ВЛАДИМИР ВАЙНЕР

КАК СОЗДАТЬ
КОМПЬЮНИТИ
ЦЕНТР



ГОРО
ВСЕ
НАЧИНАЕТСЯ
ЗДЕСЬ
ДА
БУДУ
ЩЕГО

ВЛАДИМИР ВАЙНЕР

КАК СОЗДАТЬ КОМЬЮНИТИ-ЦЕНТР, ЦЕНТР ГОРОДА БУДУЩЕГО, СОСЕДСКИЙ ЦЕНТР

Подготовлено в рамках программы «Города Будущего»
при поддержке фонда Citi, Архангельского центра социальных
технологий «Гарант» и фонда развития медиапроектов и социальных
программ Gladway



Москва, 2017 г.

В. Вайнер. Как создать комьюнити-центр, центр «города будущего», соседский центр

ISBN 978-5-9909469-7-2

Для связи с редакцией: info@pakhmutov.ru

Подписано в печать 20.09.2017.

Тираж 200 экз.

Цена — договорная.

Выпуск осуществлен издателем Олегом Пахмутовым
pakhmutov.ru

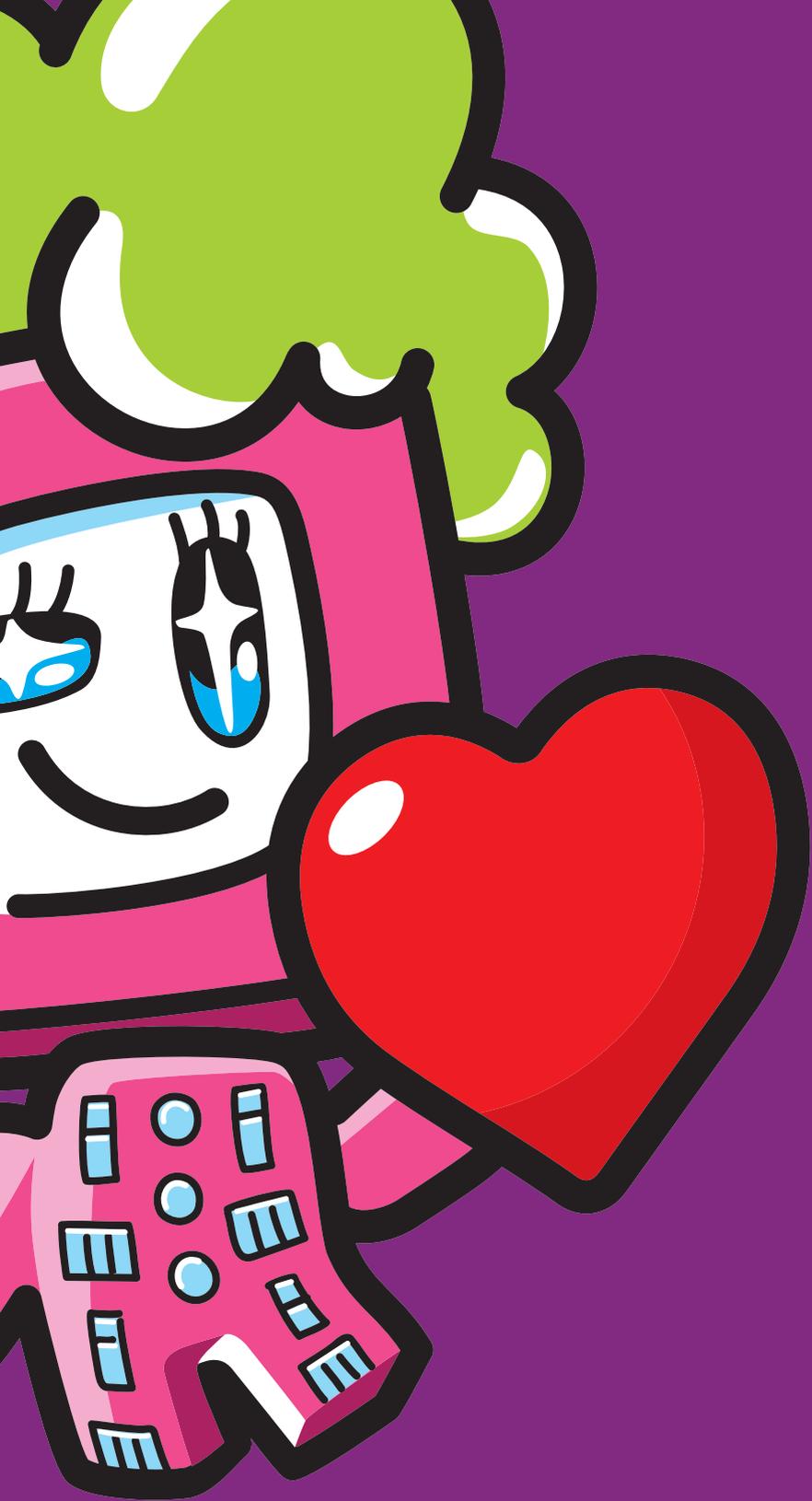
© Пахмутов О. А., издание, 2017 год.

© Архангельский центр социальных технологий «Гарант», 2017

© Фонд развития медиапроектов и социальных программы Gladway, 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. Сообщества местных жителей	9
Глава 2. Сообщества ищут и создают комьюнити-пространства	20
Глава 3. Исследования. Естественные подходы к пониманию местных сообществ	35
Глава 4. Запускаем комьюнити-центр	41
Глава 5. Второй уровень развития комьюнити-центра — со-деятельность	48
Глава 6. Переход к монетизации центра	60
Глава 7. Стабильности комьюнити-центра — полная самокупаемость и центр притяжения сообществ	71
Глава 8. Визуализация будущего	80
Приложения	84
Некоторые модели и технологии взаимодействия с местным сообществом на основе комьюнити-центра (по итогам проекта)	85
Структура модели комьюнити-центра	100



БЛАГОДАРНОСТИ

Можно сразу сказать, что благодарить нужно очень большое сообщество разных и даже незнакомых друг с другом людей. Сообщество наших друзей, которые сами постоянно двигаются вперед и поддерживают других.

С одной стороны, это команда Citi и фонда Citi, с другой — команда Архангельского центра социальных технологий «Гарант» — Марина Михайлова, Екатерина Гудалина, а с третьей стороны — эксперты, которые помогли проекту от стартового конкурса комьюнити-центров до многочисленных публикаций и лекций по теме: Елена Шомина, Вячеслав Бахмин, Артем Шадрин, Роман Шкут, Алла Балашова, Оксана Тажирова, Светлана Маковецкая, Едена Малицкая, Игорь Соболев, Светлана Баженова. Это, конечно, идеологи и лидеры социальных изменений в сфере формирования сообществ — Наталья Каминарская и Елена Темичева, Александра Селиванова, Дарья Алексеева, Дарья Мелиссина и Марийка Семененко, Павел и Екатерина Лукша, Дмитрий Юмангулов, Марат Гельман, Олег Шарипков, Свят Мурунов, Сергей Кузнецов, Максим Шпаковский, Анастасия Гулявина, Гузель Санжапова, Зульфия Абдухаликова, Юлия Уняева, Евгений Горькаев и многие другие.

Это наши коллеги на бывшем заводе «Кристалл», благодаря которым у нас появилась возможность для реализации идей и социальных технологий на площадке комьюнити-центра «Города Будущего — Лефортово» — Олег Григорян и проект «Сенсорные дорожки», Ирина Межницкая и фонд «Наследие Севера», Евгения Гоцалаева и студия «Monolama», Александр Сысоев, Олег и LookWood, Татьяна Гордеева и швейный коворкинг «Мастерская на Самокатной».

Мы благодарим медиа, которые нас поддерживали в течение проекта: Агентство социальной информации, электронный журнал Филантроп, портал «Душевная Москва», проект «+1» и Facebook во всем его многообразии.

Огромная благодарность соратникам по компаниям — Центру исследований Grand Prix и Фонду развития медиапроектов и социальных программ Gladway — Наталье Гладких, Маше Гульбекян, Нуржамал Преновой, Николаю Самсонову.

И еще, отдельно, благодарим друзей и партнеров, с которыми было важно и интересно обсуждать тематику сообществ и городов будущего — Юлию Жигулину, Василию Никитина, Лена Карин и фонд «Наше Будущее», Жульнар Асфари, Алексея Маслова и центр содействия инновациям в образовании «Соль», Екатерину Фролову и компанию SAP, Светлану Кузьменко и Общественный Совет при Минстрое РФ, Михаила Печерского, Дмитрия Юрцвайга, Алексея Загороднего, Максима Чубака и ADG Group, Дениса Стуликова, Олега Пахмутова, Дениса Борисова и всю дизайн-студию Wowhouse, Владу Муравьеву и команду Комитета гражданских инициатив и фонда Кудрина.

Благодарим!





ВАЙНЕР ВЛАДИМИР ЛЕОНИДОВИЧ

Директор Фонда развития медиапроектов и социальных программ Gladway. Родился в городе Кемерово. Общественный деятель, в негосударственном секторе работает с 1987 г. В конце 80-х гг. XX в. — президент городского клуба интернациональной дружбы Калуги, позднее — участник Клуба помощи памятникам старины и реставраторам «Добрая воля». В 1994 г. окончил Калужский государственный педагогический университет по специальности «Учитель истории и социально-политических дисциплин, социолог».

С 1999 г. — консультант по PR и фандрайзингу ряда российских и международных организаций, таких как Greenpeace, CAF, Врачи без границ, Фокус-медиа, ИСАР, других НКО.

В 2002 г. избран президентом Национальной гильдии фандрайзеров, соавтор этического кодекса профессии. Руководитель ряда всероссийских издательских и информационных проектов в сфере медиа, дизайна, рекламы.

Автор курсов, исследований и книг по социальной экономике, социальному предпринимательству, социальной рекламе и маркетингу. В 2004 г. работал управляющим Фонда местного сообщества «Московский благотворительный резерв».

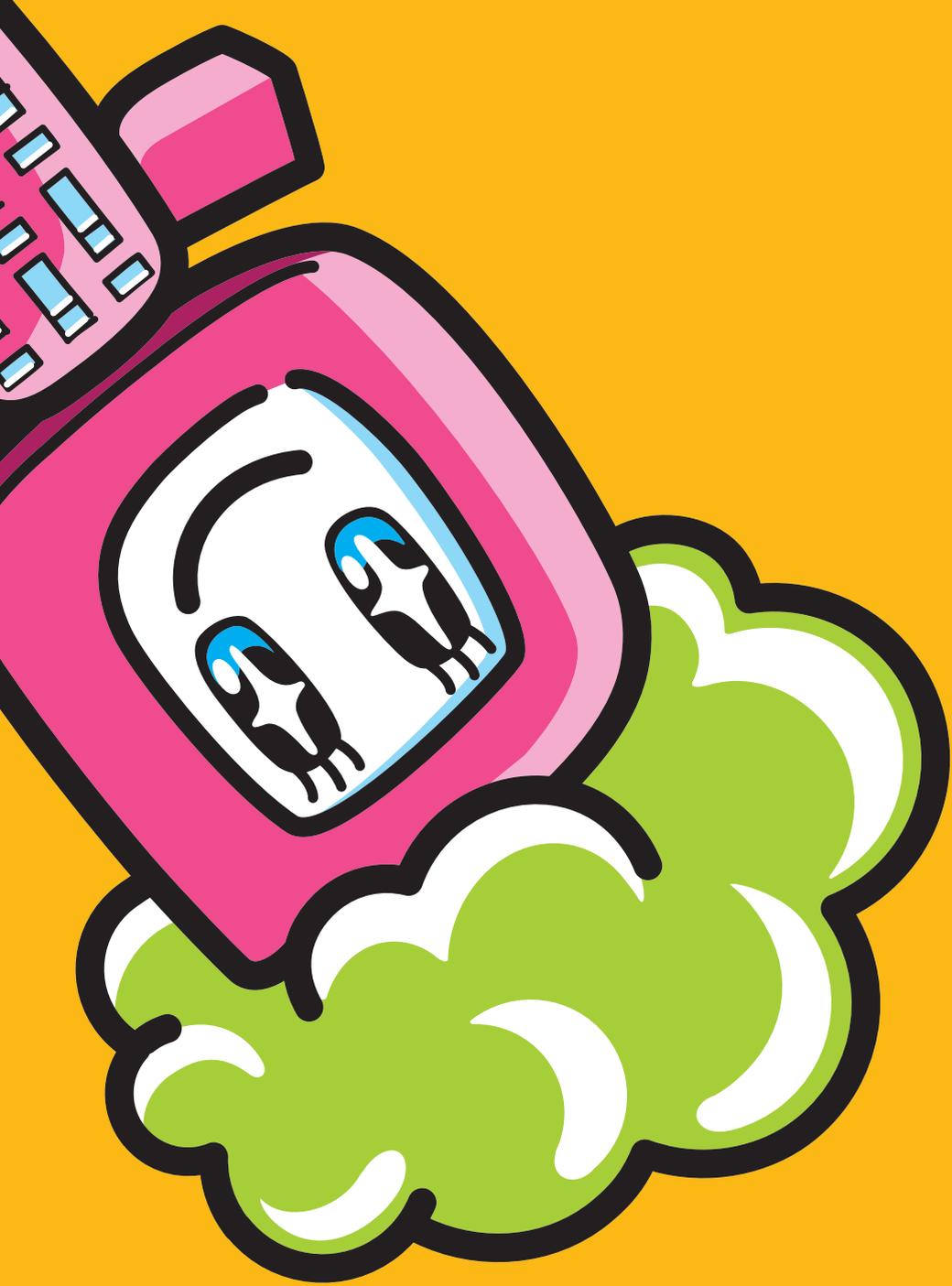
С 2005 по 2008 гг. — директор агентства Entermedia. Реклама в альтернативной реальности, автор и преподаватель курса «Новые медиа» в НИУ ВШЭ, затем в РГГУ.

Разработчик экспресс-курса для молодых журналистов и PR-специалистов «Креативный кампус». С 2011 г. — куратор всероссийской медиа библиотеки социальной рекламы Atrprint.ru, с 2014 — куратор проекта каталог «Социальное предпринимательство России». В период с 2011 по 2017 гг., инициировала цикл исследований социального предпринимательства и социальных коммуникаций в России, Республике Корея, Казахстане, Беларуси.

Член Экспертного совета Агентства стратегических инициатив, фонда «Наше Будущее», фонда «Навстречу переменам». Куратор конкурса социальных стартапов SAP UP в Казахстане и Беларуси, член жюри международного фестиваля рекламы ADSTARS (Республика Корея).

Разработчик региональных образовательных программ и информационных кампаний по продвижению СО НКО и социального предпринимательства.

С 2016 г. — куратор программы Центра социальных технологий «Гарант» и фонда City «Города Будущего», направленной на развитие центров городов будущего, профессий в городах будущего и элементов городской среды будущего.



ГЛАВА I

СООБЩЕСТВА МЕСТНЫХ ЖИТЕЛЕЙ: КТО ПОСТРОИТ КОМЬЮНИТИ-ЦЕНТР?

Наше пособие посвящено комьюнити-центрам и механике их создания. Но начать мы хотим с очень популярной и актуальной темы сообществ, обсуждаемой на всех форумах, посвященных развитию территорий, урбанистике, изучению городов, — городских сообществ или точнее (так как значительная часть читателей может планировать открыть комьюнити-центр в поселке, селе или деревне), сообществ местных жителей (местного сообщества).

Тема сообществ многогранна и многослойна. Большое число научных подходов и теорий, школ и ученых посвятили этому явлению тысячи трудов. С точки зрения близкой автору социологии, в первую очередь этой темой занимались М. Вебер и Г. Зиммель. Для нас могут быть важны идеи Вебера о городе производителей, городе потребителей, торговом городе и городах сельскохозяйственных. Зиммель выделял горожанина как человеческий тип и затрагивал проблему индивидуальной свободы в большом городе.

Еще один исследователь Р. Э. Парк дал нам очень важную метафору города как «мозаику культурных миров», он представлялся ему тем местом, где все грани человеческой природы находят наиболее полное и яркое выражение. В рамках легендарной (вошедшей во все учебники урбанистики) Чикагской школы проводились экологические исследования естественных и культурных сообществ в Чикаго. Тогда же С. Милграм ввел понятие «ментальных карт» для исследования субъективного восприятия города его жителями. Данный метод позволял ему рассматривать индивидуальные и коллективные образы городов.

А. Лефевр анализировал пространство города в трех плоскостях: воспринимаемое, постигаемое и проживаемое. Он исследовал повседневный опыт горожанина и развивал в своих работах идею нестатичного пространства, связанного с опытом людей, проживающих в нем, с его историей. Этот тезис о нестатичности нам представляется также ценным и для понимания сообществ и даже комьюнити-центров.

Выдающийся философ и исследователь Ю. М. Лотман определял город как целостный культурный организм, который имел свое лицо, где сохранялся выраженный в архитектуре «дух», то есть система архитектурного символизма. «Дух» города — его контекст, его общая структура. Умберто Эко рассматривал город в контексте знаковой системы архитектуры, где пространство являлось необъятной совокупностью означающих и означаемых, каждый объект приобретает множество значений, а город выступает для него местом действия различных коммуникативных кодов.

Еще один современный ученый Жан Бодрийяр говорил, что современный город — «это одновременно и нейтральное, однородное пространство безразличия, и пространство нарастающей сегрегации, городских гетто, пространство отверженных кварталов, рас, отдельных возрастных групп; пространство, фрагментированное различительными знаками». Характерной чертой «современной метрополии» является существование. Городское поведение в символических общностях, объединяющих в себе магазины, места проведения досуга и доступа к информации — это игровое потребительское поведение посетителя торгово-развлекательного или выставочного центра, а сообщество горожан — сообщество потребителей образов. Исследователь М. С. Каган рассматривая культурное пространство города обобщил его искусственную среду существования и самореализации, созданную людьми. Это организованная совокупность физических, символических объектов, технологий, нормативных и ценностных образований, включающих в себя не только материальные объекты, но и так называемую «душу города». Душа города состоит здесь из таких элементов культуры города, как нормы и ценности данной городской общины, социальная психология городского сообщества, образ жизни и менталитет горожан, межкультурная коммуникация. Интересна также позиция Б. Андерсона, который в книге «Воображаемые сообщества» рассмотрел сообщества не только как совокупность людей, которые могут друг с другом общаться и встречаться, а как сообщество, кристаллизующее наши представления о других людях, наше чувство общности с этими людьми, даже в том случае, если мы их не знаем. Сообщество в этом случае понимается как основа локального, и даже национального самосознания.

Надеемся Вас не отпугнули эти абзацы. Они демонстрируют лишь сотую часть имен, посвятивших себя изучению городских сообществ и несколько важных для нас принципов рассмотрения темы.

Даже в этой аннотации видна многослойность социальной ткани всех жителей города (как целого) — и это самый масштабный уровень сообщества — сообщества жителей населенного пункта, каждого из которых объединяет упомянутых «код», «дух», «душа» города со своими знаками, обрядами, традициями, мифологией и так далее.

Как в любом сложном организме, тем более социальном организме, — наша городская социальная ткань состоит из множества переплетений различных элементов. Это можно сравнить с лоскутным одеялом, сотканным из элементов плетенных ковриков. И нас в рамках задачи создания комьюнити-центров будет интересовать не столько целевая аудитория «все», сколько аудитория, объединяемая по каким-то, часто невидимым признакам. Невидимым со стороны, но очевидным при минимальном соприкосновении с жизнью в данном районе, в данной сети, в данном селе.

Это расслоение или, наоборот, усложнение структур начинает проявляться еще при первых попытках анализа социальной среды населенного пункта. Интересны пересечения базовых структур изучения социального наполнения жизнью территории, обнаруженные при прочтении двух российских исследований, проведенных в 2012 (центр «Грани», Пермь) и 2016 (группа «Циркон», Москва).

Далее рассмотрим некоторые шаги, предлагаемые центром «Грани» на пути к идентичности и продуктивной культуре на местном уровне.

Выработка разделяемых сообществом образцов этического поведения и новых действий:

1. Создание местных историй успеха.
2. Формирование новой галереи местных героев.
3. Удлинение горизонта индивидуального планирования.
4. Преодоление апатии и цинизма.
5. Сохранение уникальной фундаментальности образования/чтения/развития.
6. Создание шлюзов между старыми и новыми практиками.
7. Формирование партнерств развития и сетей поддержки.
8. Развитие стойких институтов и практик (устойчивых и гибких одновременно).

В исследовании «Городские локальные идентичности как основа формирования устойчивых местных сообществ» группа «Циркон» выделяет направления, отражающие базовые структурные элементы локальной идентичности:

1. Представления о локальной географии (средне- и крупномасштабной), где находится город.
2. Значимые места города (символический центр и пр.).
3. Символические ценности (предметы гордости, значимые исторические события).
4. Пантеон героев — реальных и мифических (знаменитые и почетные горожане).
5. Мифы самостояния (главные представления о городе и горожанах).
6. Представления о структуре городского сообщества: ядро («элита»), страты, сегменты, границы, дифференциация «свой-чужой».
7. Ритуалы воспроизводства идентичности (общие праздники, регулярные мероприятия).

Вот по этим, общим для различных категорий жителей параметрам мы можем сформировать первые сообщества, объединяющие жителей на основе:

- локальных историй, мифов, знаний и способах их трансляции и воспроизводства;
- общих представлениях о будущем на основе естественным образом согласованного горизонта планирования;
- общих ритмах, событиях, сезонах работ и так далее;
- общих решениях проблем (как всего сообщества, так и отдельных групп, и иногда конкретных лиц, ставших символами объединения).

С этой точки зрения, на наш взгляд наиболее полезной и подробной картой сообществ становится обзорный материал еще одного исследования центра «Грани»: «Российский неполитический активизм» (центр «Грани», 2012). Посмотрите на этот перечень, и Вы обнаружите, что даже самый внешне тихий и пассивный житель с высокой вероятностью — участник одного или нескольких сообществ.

ГОРОДСКИЕ РОДИТЕЛИ

Группы, которые вместе с детьми заново осваивают культурные и рекреационные пространства города, обмениваются опытом преодоления барьеров в получении муниципальных сервисов.

НОВЫЕ БЛАГОТВОРИТЕЛИ

Люди, которые систематически вкладывают время и ресурсы в организацию адресной помощи детям-сиротам, детям с тяжелыми заболеваниями, старикам, больницам и пр. Например, затея «Дедморозим» — новогодние подарки пермяков детям из детских домов; благотворительные handmade-ярмарки в пользу приютов для животных.

НОВЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРОСТРАНСТВА

Создание новых тематических площадок для обсуждений, дебатов, дискуссий. Например, «Пермские публичные лекции и дебаты», клуб читателей умных книжек «Эгалитарный клуб Txt-club, уличные дискуссии и движения, «Оккупай Абай» и др.

НОВЫЕ ДОБРОВОЛЬЦЫ

Члены добровольных поисково-спасательных отрядов, отрядов добровольных пожарных, участники массовых субботников и т. п. Например, больничная клоунада — волонтерская инициатива психологической помощи детям, долгое время находящимся в медицинских учреждениях; содружество волонтеров «Поиск пропавших детей».

НОВЫЕ СОБСТВЕННИКИ

Инициативные группы собственников жилья, сообщества автовладельцев, жители общежитий и т. д.

КРАЕВЕДЫ-ЛЮБИТЕЛИ

Горожане, которые осваивают местную историю и культуру через досуговые практики историко-краеведческого характера и представляют по этому поводу самоорганизованные городские сервисы (экскурсии, интернет-энциклопедии городской истории и т. п.).

СТРИТ-ПРАКТИКИ

Создатели новых городских художественных объектов (плачущего Путина или портрета Есенина на долгострое), движение велосипедистов, городская зарядка, уличные мастер-классы по танцам, совместные пробежки, кроссы и т. п.

ЗАЩИТНИКИ ЖИВОТНЫХ

Люди, которые организуют содержание брошенных и подвергшихся жестокому обращению домашних животных.

ГОРОДСКИЕ СОБРАНИЯ И СОВЕТЫ

Инициативные объединения людей, пытающиеся формировать городскую политику на уровне «корней травы».

ГОРОДСКОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ

Советы территориального общественного самоуправления, домовые и квартальные комитеты, дворовые собрания и т. д.

«ТРЕТЬЕ МЕСТО»

Книжный магазин или кафе с дискуссионной и презентационной площадкой, общественные центры и т. п.

ГОРОДСКИЕ КИНОКЛУБЫ

Например, трэш-клуб «Кони́на», клуб любителей анимэ, студенческий киноклуб «Киновызов», «Киноночи в “Утопии”» и т. п.

ГОРОДСКАЯ КООПЕРАЦИЯ

Например, Абсолютно бесплатная ярмарка — обмен вещами (книгами, одеждой и т. п.) по принципу «Приноси, что хочешь, уноси, что нужно». Сопровождается бесплатными мастер-классами, дегустациями вегетарианской еды, публичными лекциями, кинопоказами и т. п.

ГОРОДСКАЯ ГРАЖДАНСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Защитники городских лесов, парков, скверов, борцы с уплотнительной застройкой, добровольные дружины по патрулированию улиц и т. п.

ГОРОДСКОЙ ГРАЖДАНСКИЙ КОНТРОЛЬ

Например, Архнадзор, автомобилисты и контроль состояния дорог, контроль общественного транспорта и т. д.

ГОРОДСКИЕ СМИ, КАРТЫ И КОММУНИКАТИВНЫЕ СЕТИ

Например, газеты для мам и детей, «зеленые карты», где указаны пункты раздельного сбора мусора, стрит-джурнал и т. п.

ГОРОДСКИЕ ПРОТЕСТЫ

Например, гражданские прогулки, флешмобы, протестные вечеринки, уличные концерты и т. п.

ГОРОДСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Например, арт-кафе («Арбузный сахар», «Антидиван»), хендмейд-ярмарки, ярмарки дачников (цветы, овощи, фрукты), вегетарианские магазины и кафе и т. д.

ГОРОДСКОЕ БЛАГОУСТРОЙСТВО

Например, субботники блоггеров, зоозащитники, которые регулярно организуют субботники в приютах для собак, благоустройство детских площадок во дворах, скамеек, клумб и т. д.

ГОРОДСКИЕ ПРАЗДНИКИ

Например, «Пермский Linux-fest», празднование юбилея микрорайона «Рабочий поселок», организованное по инициативе жителей и т. д.

ГОРОДСКАЯ ПОЛИТИКА

Например, городские гражданские жюри, инициатива «Открытый бюджет», альтернативные общественные слушанья по плану застройка квартала и т. п.

ГОРОДСКАЯ КУЛЬТУРА И ОБРАЗОВАНИЕ

Например, инициатива «Свободный университет» (Санкт-Петербург, Тюмень), инициатива уличных концертов «Скверный фонтан», чтение стихов под открытым небом (московские Маяковские чтения у памятника Маяковскому).

А также другие городские сообщества, например самоорганизованные группы людей по интересам, такие как клубы любителей интеллектуальных игр, встречи «в реале» ЖЖ-юзеров («развиртуализация») и т. д.

Таким образом, можно озвучить несколько базовых тезисов этой главы:

1. Мы живем в насыщенной и невидимой социальной ткани из взаимосвязанных и независимых сообществ. Для того чтобы их увидеть вокруг себя, нужно приложить усилие и «обозначить», «отсканировать», «зафиксировать» их (условно, понять, что для чьего-то мужа гараж — это место встречи, досуга, общения, обучения и социализации в большом и значимом сообществе, а для другого — прокачанный аватар в многопользовательской компьютерной игре)

2. Если Вам говорят (или если Вы сами говорите) что население наше пассивно, лениво и ни в каких сообществах не состоит, — не верьте. Просто еще раз посмотрите

даже на короткий список сообществ, приведенных ниже. Каждый так или иначе включен в социальные отношения, обладающие устойчивостью и дающие жителю какие-то ресурсы — часто жизненно необходимые, — как в очереди к терапевту для пожилых людей поселка, или встреч в пивбаре, или общения мам на молочной кухне (или тех, кто обсуждает те же молочные кухни на мама-форумах).

3. Сообщества редко себя идентифицируют как структуры, институты, элементы городской жизни. Но как только этот шаг сделан — они вдруг оказываются эффективным инструментом не только для самореализации его участников, что тоже важно, но и для решения локальных проблем, фиксации интересов сообщества на уровне территории и т. д. И в этих условиях они опознаются теми, кто в них не состоит, но живет рядом на этой же территории.

4. Сообщества — это не всегда группа людей, которые знают друг друга и собираются вместе. Часто они проживают какие-то активности в сети интернет, под никами, и не всегда хотят «развиртуализироваться». Тем не менее, это тоже важные и значимые сообщества.

5. Каждый из нас, читающих сейчас этот текст, состоит в нескольких сообществах — попробуйте составить их список — и вы удивитесь сами себе! И это открытие видения сообществ — первый шаг к открытию Вами комьюнити-центра.



Инициативная группа «Шаболовка» и шаболовский культурный кластер

Москва

Возникшая зимой-весной 2014 г. угроза разбора и переноса башни инженера Шухова (1919 г.) на новое место вызвала всплеск гражданской активности. В поддержку сохранения и реставрации башни на прежнем месте выступили все крупнейшие культурные институции Москвы. Однако неожиданно эффективной оказалась консолидация нескольких архитекторов, историков архитектуры и искусствоведов, журналистов, а также местных жителей, которые никогда ранее не участвовали в градозащитных движениях. Кампания в поддержку памятника архитектуры вылилась не только в традиционные митинги, распространение листовок и сбор подписей, но и в различные новые форматы культурных инициатив: в течение полугода вокруг башни и в районе Шаболовки проводились благотворительные экскурсии, устраивались праздники и пленэры, воркшопы, выставки, концерты. За это время инициативной группе удалось выстроить партнерские отношения со всеми образовательными и культурными институциями, находящимися в радиусе километра от башни. Так как этот район наполнен памятниками эпохи авангарда в большой концентрации, возникла идея туристического центра, посвященного наследию 1920-х гг. Объединившись с архитектурным бюро Андрея Асадова и Никиты Асадова,



Галерея на Шаболовке, один из активных комьюнити-центров Москвы

команда представила проект культурного кластера, предполагавшего не только возможность «брендинга» района, но и его развития как нового туристического, образовательного, культурного пространства Москвы. В 2014–2016 гг. Центром авангарда были инициированы различные партнерские проекты, укреплявшие взаимодействие между культурными институциями на территории; это были сетевые проекты, открытие внешних выставочных проектов, экскурсии (галерея «На Шаболовке», Международная киношкола, школа № 600, Даниловский рынок, Даниловский универмаг, I like bar, ВШЭ, РУДН).

В 2016 г. проект развития Шаболовского культурного кластера получил грант от фонда социальных инициатив «Гарант» в рамках проекта «Города будущего».

Центр активных людей (ЦАЛ)

Нижний Новгород

ЦАЛ — это место, куда может обратиться любой человек, имеющий желание внести позитивное изменение в свою жизнь и жизнь окружающих его людей в рамках своего места жительства (двора, микрорайона), и получить необходимую помощь. Но помощь эта заключается не в том, что сотрудники центра возьмут на себя выполнение необходимых действий, поскольку ЦАЛ — это не «двое из ларца, одинаковых с лица, что ни прикажешь, все за тебя сделают...».

Девиз Центра активных людей: «Поможем людям, чтобы они помогли себе сами». Лишь в том случае, если человек сам готов действовать — потратить часть своего времени, физических и душевных сил, профессиональных знаний и жизненного опыта, чтобы осуществить задуманное, ЦАЛ поможет ему найти поддержку единомышленников, необходимую информацию и ресурсы. При этом речь не идет о создании новых общественных или государственных организаций или учреждений. Речь идет об использовании принципа социальной активизации населения в уже работающих организациях.



Центр Активных Людей
www.rucal.ru

16 мая
с 11.00 до 13.00

**Дворец культуры
Автозавода**

ДЕНЬ АКТИВНЫХ ЛЮДЕЙ

День Активных Людей — это время и место встречи неравнодушных и целеустремленных жителей, живущих в разных уголках большого города, своими большими и малыми делами меняющих жизнь города к лучшему.

В программе:

- * Знакомство с активными жителями города и лучшими практиками самоорганизации людей по месту жительства
- * Мастер-классы и презентации клубов по интересам
- * Выступления творческих коллективов
- * Кино как источник энергии жизни
- * Награждение активных жителей

Приходите! Будет интересно и полезно!

Афиша Центра активных людей. Мы расскажем о них подробнее в еще нескольких главах

Так, по этому принципу уже работают некоторые нижегородские некоммерческие организации (НКО) и органы территориального общественного самоуправления (ТОС). Они не придумывают, чем бы еще порадовать народ, а предлагают людям самим определить, что сделать, причем сделать самим. Хотите дворовый праздник — пожалуйста, только делайте сами — собирайте участников, определяйте формат и содержание, считайте расходы. Учат проектировать и проводить мероприятия так, чтобы в отсутствие внешней материальной поддержки, они могли бы состояться за счет внутреннего ресурса их инициаторов и участников. Учат не ждать «милостей от природы», а активировать собственный потенциал жителей. Хотите футбольную площадку — соберите добровольцев-строителей со своим инструментом, определите, кто готов поработать «писарем» и «ходоком» — написать необходимые обращения, получить согласования, а в Центре вам помогут собрать информацию о том, где можно получить необходимые материалы и инвентарь, к кому обратиться за содействием.

С 2010 г. несколько нижегородских НКО и ТОС объединились в сеть организаций, активно внедряющих технологию ЦАЛ в свою основную деятельность. Все вместе мы уверены, что это «ставка на неравнодушие» окажется выигрышной:

- у центров появятся новые помощники и союзники;
- активные, неравнодушные жители найдут единомышленников и поддержку своим инициативам;
- жители на собственном опыте убедятся, что своими руками можно изменить жизнь вокруг, и их собственная жизнь изменится к лучшему;
- подъезды и дворы станут чище и светлее, а люди — добрее друг к другу.

Проект создания «Центров активных людей» был поддержан Управлением по развитию территориального общественного самоуправления Городской Думы г. Нижнего Новгорода и Центром развития общественных инициатив Ассоциации «Служение» в рамках проекта «Повышение активности населения» (Фонд Ч. С. Мотта).



Инициативная группа жителей поселка Пинега и их городские проекты

Архангельская область. Пинега



Активные жители Пинеги проводят стратегическую сессию по возвращению статуса «уездного города»

22 августа 2016 г. состоялся «День Пинеги», где актеры местных творческих коллективов воссоздали образ традиционного городского праздника. Инициативная группа жителей Пинеги решила вернуть поселку ощущение статуса уездного города — со своими скверами, ярмарками, набережной и т. д. «Цель нашего проекта — это объединение и вовлечение местного сообщества в деятельность по созданию нового имиджа Пинеги, — говорит Ангелина Богатырева, директор Пинежского культурного центра — Наша территория богата природными памятниками, историко-культурными традициями и обычаями. Пинега должна стать привлекательным и интересным местом как для самих пинежан, так и для гостей нашего уездного города!» Уже к 2017 г. в поселке появились «Купеческий дворик» — интерактивный музейный квартал и прошла первая после 100-летнего перерыва Благовещенская ярмарка на Пинеге. В марте 2017 г. состоялась уже вторая Ярмарка, в рамках которой даже прошел Слет социальных предпринимателей, а количество гостей превысило число жителей Пинеги.

«Мы пытаемся возродить традицию, которая сто лет назад оказывала сильнейшее влияние на экономическое развитие района, — рассказывает руководитель проекта Ангелина Богатырева, — на местные ярмарки съезжались купцы со всей России, численность жителей Пинеги в это время увеличивалась в два раза. Мы занимаемся тем, что выходим на местных ремесленников и фермеров — на ярмарке они смогут сбыть свой товар и установить новые деловые контакты».

Организатором проекта выступает Пинежский культурный центр, выполняющий функции места для всех местных сообществ, своеобразного комьюнити-центра. Проекты жителей получили поддержку Благотворительного фонда Елены и Геннадия Тимченко на Всероссийском конкурсе социокультурных проектов «Культурная мозаика малых городов и сел» по Северо-Западному региону. Координировал работу конкурса в СЗФО Архангельский центр социальных технологий «Гарант».



Благовещенская ярмарка на Пинеге в марте 2017 г. — результат объединения жителей



Соревнования команд местных жителей в рамках ярмарки



Сеть «Дарудар»

Интернет-сообщество

Дарудар — это интернет-сервис, вокруг которого формируется сообщество, в котором незнакомые люди дарят друг другу свои услуги и вещи. Миссия проекта — совместными усилиями научиться дарить и принимать в дар и передать это умение остальному миру. С помощью «Дарудара» создается в мировом масштабе экономика дарения, соизмеримая по масштабу с экономикой обмена, где люди будут взаимодействовать друг с другом через безвозмездный дар, и где мерой всех вещей будет служение другим.

Для решения проблемы «куда девать вещи, которыми не пользуешься» мы привлекли современные интернет-технологии и разработали специальный онлайн-сервис дарения darudar.org. С помощью нашего сервиса каждый желающий может опубликовать информацию о том, что он готов предложить в дар. Эта информация становится мгновенно доступной тысячам людей по всему миру. Каждый может найти то, что ему нужно и попросить в дар.

Интернет-технологии уже использовались и используются в данном направлении, прежде всего речь идет о досках объявлений и социальных сетях, но во всех подходах есть существенные недостатки.

Есть и более серьезная социальная проблема, которую мы косвенным образом решаем с помощью нашего сервиса. Это проблема разъединенности людей, недоверия друг к другу, дисбаланс между ценностями кооперации и конкуренции в пользу последней, отсутствие большой идеи и общего проекта в обществе.

Создаваемый нами сервис дарения решает эту проблему, предлагая инструмент, который позволяет поддерживать полноценную экономику дара любого масштаба. Каждый участник творит свою репутацию, благодаря чему может всегда рассчитывать на ответные блага со стороны сообщества. Дарение становится не спонтанным «проявлением доброты», а сознательной хозяйственной практикой. Которая, тем не менее, сильно отличается от хозяйственной практики рынка. В экономике дара работают такие принципы как: справедливый неэквивалентный обмен; выравнивание жизненных возможностей; забота о других людях и окружающей среде; воспитание доверия, честности, доброты, справедливости, сотрудничества, взаимопомощи. «Дарудар» реализует на практике коммунистический принцип: от каждого по способностям — каждому по потребностям.

К концу 2016 г. к проекту присоединилось более 350 тыс. участников из сотен городов России, Украины и других стран. К настоящему времени подарено уже более 3 млн вещей и услуг, а ежедневно дарится более 2500. Дарятся самые разные и порой неожиданные вещи: начиная с книг, одежды, мобильных телефонов и заканчивая услугами переводчика, ремонтом компьютера и даже автомобилем.

Источники материалов главы

- Вебер М. История хозяйства. Город. — М. : Канон-Пресс-Ц, 2001.
- Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь //Логос. — 2002. — Т. 3. — С. 34.
- Антонина Ф. Изучение феномена города и городского пространства в современных социальных исследованиях (историографический обзор) //Социодинамика. — 2015. — №. 7. — С. 51-64.
- Milgram S. A psychological map of New York City //American Scientist. — 1972. — Т. 60. — С. 194-200.
- Lefebvre H. The production of space. — Blackwell : Oxford, 1991. — Т. 142.
- Лотман Ю. М. Символика Петербурга и проблемы семиотики города //Лотман ЮМ Избранные статьи. — 1984. — Т. 2. — С. 9-21.
- Каган М. С. Культура города и пути ее изучения //Город и культура. СПб. — 1992. — С. 17.
- Андерсон Б. Воображаемые сообщества. — 2001.
- Материалы исследования «Городские локальные идентичности как основа формирования устойчивых местных сообществ», группа «Циркон», 2016
- «Российский неполитический активизм», центр «Грани», 2012
- Центр авангарда: <http://avantgarde.center/book>
- Центры активных людей: <http://www.rucal.ru/>
- Сообщество: <http://darudar.org/>



ГЛАВА 2

СООБЩЕСТВА ИЩУТ И СОЗДАЮТ КОМЬЮНИТИ-ПРОСТРАНСТВА

Несмотря на то, что у жителей все больше возможностей для коммуникаций через современные транспортные среды — интернет с соцсетями, форумами и блогами, мобильные телефоны, мессенджеры, онлайн-игры, рекомендательные сервисы и т. д., значительное число сообществ все-таки приобретает свою устойчивость при наличии живых встреч. Это могут быть и разовые события, типа дня города или дня выборов, или ежемесячные встречи, как в примере сообщества «ДаруДар», или сезонные ярмарки-выставки — у множества самых разных любителей хобби, домашних животных, хендмейда или состязания реконструкторов или поэтов/реперов/дрифтеров и байкеров.

Очень важный момент — сообщества первичнее пространств, место встречи может быть почти любым (от станции метро до лестничной клетки на третьем этаже многоквартирки). Поэтому важно разобраться, а что в нашем районе города или поселке по факту, «органически» является таким местом встречи, где сейчас собираются люди?

Мы попробовали обобщить весь опыт и сделать классификацию таких мест.

Во-первых, это, естественно, самые разные формы соседской активности:

- соседские инициативные группы, находятся на одной территории (контроль за территорией, благоустройство);
- соседские тематические группы (краеведы, поэты, группы коллективных закупок, взаимопомощи, по обмену одежды);
- соседи в гаражах и подобных точках встреч;
- и вершина добрососедских сообществ — ТОС (территориальное общественное самоуправление).

Во-вторых, это зарегистрированные и незарегистрированные некоммерческие организации различной тематической направленности вплоть до мощных инфраструктурных организаций:

- тематические группы (клуб ролевых игр, мамы и другие);
- городские группы (садоводы-огородники);
- профильные НКО и благотворительные фонды (ассоциации многодетных матерей, людей с инвалидностью, ветеранов, объединений по интересам и т. д.);
- ресурсные центры (ассоциация некоммерческих организаций «Служение» и на ее основе школа аниматоров, центры активности людей, центр «Грани» и на его основе — Центр городского продюсирования);
- фонды местных сообществ (в основном, в малых городах).



Детский книжный автобус «Бампер» в ЦДХ проводит встречи с детьми и родителями. На фото свои детские рассказы читает автор



Внутреннее пространство автобуса — готовый комьюнити-центр на колесах

В-третьих, учреждения культуры, спорта и образования, которые часто являются единственными точками жизни и притяжения в малых городах, а иногда — магнитом, который осознанно включает даже в масштабные девелоперские проекты для повышения рентабельности (например, библиотека в ТРЦ «Охта Молл» в Санкт-Петербурге).

- Библиотеки. Там, где библиотеки еще выжили (например, их легко закрывают от людей в поселках Краснодарского края), именно они, в первую очередь, могут стать и являются точками встреч различных сообществ. Это очень заметно по распространению образовательной франшизы из Новосибирска «Лего-роботы», которая практически захватила Москву именно через библиотечные сети города.
- Музеи и галереи. У музеев неограниченные возможности формирования и объединения жителей. Начиная от тематических экспозиций, до фондов частных пожертвований, от создания резиденций до творческих пространств. Это не обязательно государственные или муниципальные пространства; в средних городах часто можно встретить частные небольшие музеи, коллекции которых собраны и пополняются местными сообществами и краеведами.
- Дома культуры. Как правило, оставшиеся в наследство от советского периода России, они создают для людей возможность объединяться вокруг народного и фольклорного творчества, народных или современных танцев, лекций и обсуждений и т. д. Это часто единственное место встреч с редкими депутатами и чиновниками, и единственный зал кроме администрации.

Интересно, что эта категория мест, часто создает особые, креативные кластеры, объединяющие жителей в творческие сообщества. Так, например, по итогам исследования 2012 г. на «Архстоянии», где изучались формы организации локальных сообществ, автор исследования Павел Степанцов пришел к выводу, что сообщностные отношения задаются временной синхронизацией жизни людей в едином пространстве. Синхронизация во времени предполагает, что люди живут в едином настоящем (у них совпадают временные ритмы: они просыпаются, идут за водой, собираются гулять, ложатся спать в одно и то же время), прошлом (у них есть общие воспроизводимые представления о прошлом) и будущем (существуют более или менее единые проекты сообщества на будущее).



Актив ДК «Делай сам(а)» на ул. Правды весной 2017 г. провожает масленицу



Музей на Шаболовке в Москве, созданный жителями района. Мы расскажем о нем подробнее чуть ниже

Как ни банально звучат эти выводы, но именно этих простых явлений, особенно общих воспроизводимых представлений о будущем у жителей обычных городских районов сейчас нет.

В-четвертых, это открытые общественные пространства, под которыми в российской действительности можно понимать все, где можно собираться без пропускной системы и записи (хотя паспорт могут попросить в любом месте).

- Самое распространенное и комфортное общественное пространство — это рестораны быстрого питания, кафе и столовые. Лидер встреч сообществ в городах (в которых удалось открыть этот ресторан) — это Макдональдс, за ним следуют разнообразные антикафе — от обычных кафе с оплатой по времени, до специализированных и «заточенных» под сообщества (например, как антикафе



Холл центра культуры «Рекорд» в Нижнем Новгороде на авторском вечере стихов Аллы Балашовой

«Тайный Маяк» в Москве). Еще одно из массовых и узнаваемых последние пару лет стала франшиза «Додо-пицца», часто единственное место в небольшом городе, где можно просто посидеть и поговорить с друзьями.

- Коворкинги, хотя и редко, выполняют функцию не только сдачи в аренду стула и тумбочки, но могут являться пространством для постоянных событий, встреч, лекций, митапов, питчей, хакатонов и прочих явлений, понятных совершенно конкретным сообществам. Примеров пока не так много, но наиболее показательным является сеть Impact Hub (в России — Impact Hub Moscow).
- Оборудованные пространства в районах (парки, скверы, дворы, набережные) — естественная среда встреч и жизни локальных сообществ, которые часто переходят от встреч и обсуждений к преобразованию этой среды — и в одних случаях появляются цветники, розарии, в других — арт-объекты, в третьих — воркаут-площадки.
- Муниципальные пространства. Муниципалитеты, особенно в больших городах, редко горят желанием отдать свои охраняемые территории под нужды местных жителей, но примеры, даже масштабные, есть. Так, в Москве создана целая сеть пространств Московского дома общественных организаций (МДОО) Комитета общественных связей Правительства Москвы, открытых для нужд некоммерческих организаций. На базе таких пространств появилась система бронирования помещений под встречи НКО, проведение семинаров, встреч с жителями и даже прототип социального коворкинга — «Добрая Артель», где некоммерческие организации могут открывать мастерские (открыт швейный цех, компьютерный



Совместное восстановление Центра культуры «Рекорд» в Нижнем Новгороде

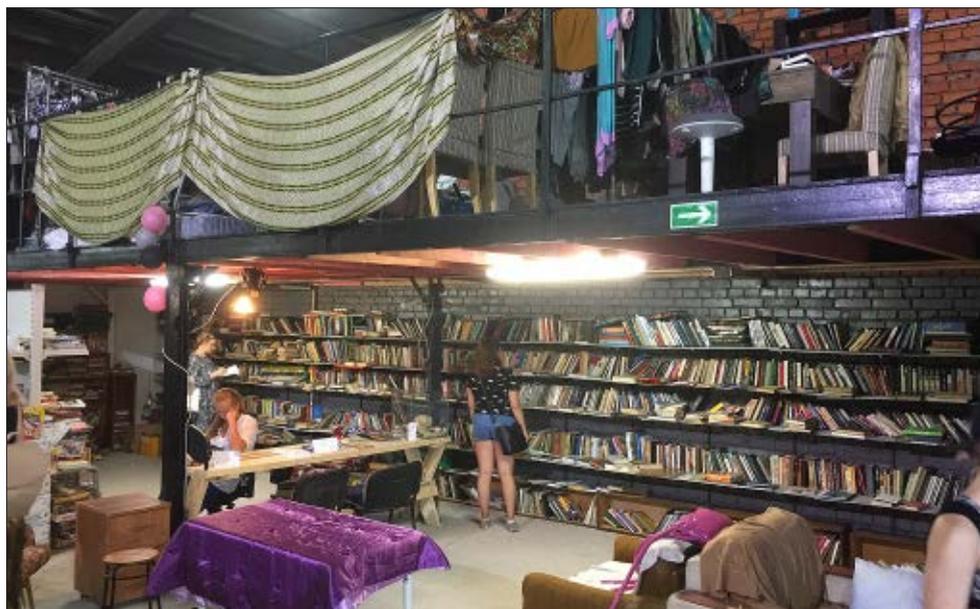
зал, кухня и комната для детей). В принципе, в любом муниципалитете огромное число брошенных, невостребованных пространств, но они еще ждут своего часа.

И, наконец, в-пятых, это социальные предприятия. Они частично пересекаются с уже упоминавшимися некоммерческими организациями, музеями, коворкингами, и даже общепитом, но обладают несколькими особыми характеристиками.

- **Благотворительные магазины.** Практически каждый благотворительный магазин гарантированно формирует и объединяет значительное число жителей — в первую очередь вокруг идеи — от идеи ответственного и экологического потребления, благотворительности и помощи другим до идей фудшеринга и поддержки определенных благотворительных фондов. Каждый такой магазин не только формирует и поддерживает сообщества, но и незаметно меняет жизнь в городах, становясь примером и проводником новой социальной экономики, шеринга, осознанного подхода к потреблению и т. д.
- **Детские развивающие центры.** Как правило, здесь есть плата за вход. Но, если это социальное предприятие, а не обычный бизнес в социальной сфере, то цели деятельности такого центра — как развитие и наполнение города жизнью. Поэтому интересно наблюдать, как развивается, например, центр «Маленькая страна» в Долгопрудном Московской области, особенно когда весь город участвовал в социальном и краудфандинговом проекте создания на базе центра эко-комнаты, полностью сделанной из картона.



Пространство «Свалка» в Москве



Пространство «Свалка» в Москве

- Краудфандинговые кампании развития территорий — это, конечно, отдельная большая тема жизни в городе социальных предприятий. Сам краудфандинг возможен только когда он основан на активном сообществе, и поэтому, социальные предприятия часто обращаются к народному финансированию, когда цель — изменения жизни в городе, появление новых сервисов и условий, новых объектов городской среды и т. д.



Пространство «Свалка» в Москве

- И еще одна категория организаций, близких к социальным предприятиям, — предприятия, создающие и продвигающие франшизы в актуальных социальных полях, там, где любой бизнес непредсказуем, сложен и востребован. Одно время такими точками развития сообщества была сеть «Беби-клуб» (сейчас это уже все-таки просто успешный и устойчивый бизнес в первую очередь), а инновации и риски перешли к новому проекту, теперь созданию начальной школы «Белая Ворона»). Или сеть семейных ресторанов «Андерсон» — единственное место, где автор может спокойно назначать встречи, в любом составе и количестве друзей, зная, что ребенок найдет себе дело — в бесплатной игровой детской комнате с аниматорами, всегда бесплатной водой и т. д.

Гипотеза нашей программы «Города Будущего», что наиболее перспективными пространствами для развития сообществ и формирования комьюнити-центров являются именно социальные предприятия. Так как они с одной стороны, как и НКО и учреждения культуры — созданы и живут для решения социальных задач и развития жизни на территории, но при этом обладают самыми разными моделями финансовой устойчивости, как благотворительные магазины или социальные коворкинги или кафе. И поэтому, первый шаг — понимание, где в принципе есть пульс жизни в городе, где его можно увидеть, почувствовать, подключиться. При этом приоритет, для задачи создания комьюнити-центра — именно выявление социальных предприятий и их лидеров.

Такой подход к первым шагам, кроме различных исследовательских процедур и методов, о которых мы поговорим в третьей главе — не единственный. В России более десятка экспертов по локальным и городским сообществам, и, как правило, у каждого — свой подход.



Пространство «Свалка» в Москве

ДК «Делай Сам/а» предоставляет возможность встречаться с соседями для общения, обмена навыками, совместного обучения и обмена вещами. Соседское взаимодействие – это то, чего нам так не хватает в большом мегаполисе. Но мы можем вместе это исправить!

Объявление на стене ДК «Делай сам(а)» весной 2017 г.

В частности, активист и основатель сети Центров прикладной урбанистики Свят Мурунов в своих выступлениях подчеркивает, что сначала надо выделить субъекты, обозначить самоорганизованные городские сообщества, построить их сеть, дать им в повестку формирование локальных сообществ. Надо использовать для этого каждое городское событие, неважно, организует его власть, бизнес или активисты, его целью будет генерация нового сообщества, сохранение культурного кода. Еще было бы отлично, если бы о сообществах сняли пару телевизионных сериалов, устроили дискуссию в ток-шоу, как-то легитимизировали социальный сценарий, социальный активизм. Мурунов подчеркивает: «В районах новостроек, я всегда предлагаю начинать с комьюнити-центров. С попытки сформировать площадку для живого взаимодействия жителей, где они могли бы знакомиться, общаться, договариваться и что-то совместно делать. В таких местах жителям, нужно начинать не с таких сложных форм, как объекты искусства в городском пространстве, а с организации центра, где они могли бы заниматься своими хобби,

проявлять свои интересы. Чтобы самоорганизоваться и начать общаться с подобными себе, нужна площадка».

Ирина Ирбитская, архитектор, директор Центра градостроительных компетенций РАНХиГС считает, что шаг номер один — в каждом районе создать проектные офисы, междисциплинарные команды которых будут рутинно выстраивать и систему коммуникации, и формировать и внедрять решения как в soft-, так и в hard-средах, связывая не только тех, кто живет, но и тех кто работает на этой территории, и тех, кто поставлен управлять этой территорией. Без вот этого офиса мы будем формировать сообщества либо долго и безуспешно, либо с мелким переменным успехом, но тоже долго. А наши проектировщики и девелоперы до скончания веков будут рисовать и строить красивый и не очень hard, плодящий хаос.

Как видим, подходы могут быть самыми разными, но всех экспертов объединяет первый шаг — это исследование. И теперь, когда мы понимаем, где могут физически находиться сообщества, можно перейти к следующей главе, посвященной исследованию территории на которой мы хотим открыть комьюнити-центр.

Не забудьте посмотреть примеры к главе 2.



Центр «Грани» и Городской Центр продюсирования общественных инициатив

Пермь

Задачей открытия Центра продюсирования стало решение проблемы «высокой смертности» городских инициатив в области городского гражданского творчества. Причины проблемы лежат в нехватке специальных знаний новых активистов, готовых участвовать в развитии гражданского творчества, неготовности решать проблемы при реализации идей, высокой тревожности и агрессии активистов к политически окрашенным, правозащитным, меркантильным площадкам, отсутствию публичных ресурсов для использования успешного опыта реализации аналогичных инициатив. Все эти причины ведут к замкнутости инициатив, их быстрому «сворачиванию».

Одновременно именно такая локальная, «низовая» деятельность наиболее востребована городским сообществом, готовым участвовать в решении конкретных проблем незатратными способами.

Городской центр продюсирования общественных инициатив поддерживает авторов — носителей идей.

Деятельность центра включает:

- поиск и формирование групп новых активистов — носителей идей городского гражданского творчества;
- практико-ориентированное обучение и индивидуальную поддержку на этапах подготовки и реализации идей вплоть до получения первых практических успешных результатов инициатив.

В пакете для клиентов Центра:

- общая сессия (комплекс практико-ориентированных модулей) для передачи специальных знаний об аспектах успешной реализации проекта;
- серия консультаций, практических мастерских;
- тьюторская поддержка в области медиационной стратегии;
- психологическая командообразующая поддержка;
- помощь в формировании внятного публичного сигнала и прочее.

Результаты:

Успешно преодолели фазу «смертности инициативы» и получили развитие более 40 инициативных групп Перми, сформированы более 15 новых городских общественных партнерств на поддерживающих клубных мероприятиях Центра. Для достижения результатов были проведены 5 клубных поддерживающих и презентационных мероприятий (в т. ч. городских акций). В совокупности мероприятия посетили около 700 человек. Созданы методические инструменты и опыт, позволяющие потенциальным активистам реализовать свои идеи, руководствуясь разработками Центра продюсирования.

Важно, что продюсирование в данном случае — это не обычная поддержка инициатив. Она не ограничивается юридическим, экономическим или PR-консультированием. Это комплексное моделирование идеи, помощь в постановке цели и задач, выборе соответствующих методов с учетом ресурсов инициативы, в т. ч. даже психологической характеристики ее участников. Но это только первый этап. Продюсеры усиливают инициативу собственными ресурсами, связями, экспертными возможностями: они могут представить новых активистов

лицам, принимающим решения, снабдить необходимыми экспертными аргументами, помочь найти источники финансирования. Продюсеры становятся многофункциональным ресурсным центром для инициатив, они сами должны обладать максимально широким кругом связей, возможностей, технологий, знаний. Именно с учетом этих требований Центр продюсирования стал партнерским проектом центра «Грани», фонда «Дедморозим» и крупной городской активистской группы. В таком составе центр продюсирования получил весь набор компетенций для оказания качественных комплексных услуг для инициативных групп.

Встречи волонтеров фонда «Старость в радость» в центре «Благосфера»

Москва

Один из самых известных благотворительных фондов в сфере помощи пожилым — Благотворительный фонд помощи пожилым людям и инвалидам «Старость в радость» приглашает всех желающих в центр «Благосфера» на встречу-знакомство.

Уже традиционный «Волонтерский четверг» — встреча сотрудников фонда с волонтерами, на которой любой волонтер фонда может задать любые вопросы о деятельности фонда.

Гости встречи узнают последние новости фонда, знакомятся с другими волонтерами, делятся своим опытом, изучают опыт волонтерства других людей.

«Мы рады видеть всех — и тех, кто только начинает свой путь в качестве волонтера, и тех, кто уже много лет сотрудничает с нашим фондом», — обращается к читателям анонса Фонд.

Центр подготовки волонтеров для помощи пожилым людям в стационаре и на дому создается благотворительным фондом «Старость в радость» при грантовой поддержке Комитета общественных связей Правительства Москвы. В центре строится системная подготовка (теоретические и практические занятия), а сотрудники фонда и приглашенные эксперты рассказывают о лучших примерах и опыте заботы о пожилых людях, доказавшем свою эффективность.



Одна из многочисленных встреч в центре «Благосфера»

По словам специалистов Благосферы все больше на встречи приходит именно местных жителей, и сообщество волонтеров фонда среди местного сообщества заметно растет.

«Старость в радость» осуществляет системную помощь одиноким пожилым людям в домах престарелых, под его опекой находятся более 200 домов-интернатов по всей России. Одна из самых востребованных программ фонда — программа «Общение», в рамках которой волонтеры посещают дома-интернаты, проводят там праздники, концерты и другие мероприятия для пожилых людей, занимаются с ними арт-, физио- и игровой терапией.

Карта городских сообществ Центра прикладной урбанистики

Интернет-проект

Карта создана сетью центров прикладной урбанистики самостоятельно (без поддержки грантов или каких-либо администраций/организаций). На карте отмечены точки входа (контакты, места, события) в неформальные городские сообщества, творческие проекты, новые медиа, локальные соседские центры, эксперты и открытые технологии. Цель — создать сеть в масштабе постсоветских стран (на 1 этапе) для обмена идеями, данными, технологиями, ресурсами, экспертами, для организации совместной деятельности. Процесс добавления идет постоянно.

Ссылка: <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1OsUb-CsYP1МУНВНрJk8TJRbW1hs&ll=57.623902020895976%2C89.55110719999993&z=3>

Источники материалов главы

- *Материалы исследования «Архстояние»* <https://postnauka.ru/faq/11357>
- *Обзор «Почему в наших городах нет местных сообществ»*
- <http://urbanurban.ru/blog/reflection/891/Pochemu-v-nashikh-gorodakh-net-mestnykh-soobschestv>
- *Статья «Понятные формы»* <https://moslenta.ru/urbanistika/ponyatnye-formy.htm>
- *Отчет центра «Грани»: <http://grany-center.org/content/proekt-gorodskoy-centr-prodyustirovaniya-obshchestvennyh-iniciativ>*
- *Брошюра «От жителя — к горожанину. Новые форматы городской гражданской культуры», Центр гражданского анализа и независимых исследований (центр «Грани») Авторы: Дарья Мышленникова, Элина Еренко*
- *Сайт фонда «Старость в радость» <https://starikam.org/news/priglasheem-na-volontyorskij-chetverg-13-iyulya/>*
- <https://www.asi.org.ru/event/2017/03/01/vstrechaznakom/>



ГЛАВА 3

ИССЛЕДОВАНИЯ И ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ

Если говорить об исследованиях города и городских сообществ, то нужно сказать сразу — мир и масштаб подходов, теорий и школ — огромен и интересен. Но, наша цель — выявить наиболее значимые локальные сообщества, а также специфику места их жизни, активности. Поэтому здесь почти не будет научных обзоров методологических и методических подходов к изучению города, сообществ, идентичностей и т. д. Нам скорее важен «органический подход» — как если бы новый человек приехал жить в этот район этого населенного пункта. В естественном поиске, в т. ч. городских сообществ, проблема адаптации превратила бы район в место взаимодействия взаимодополняющих или конфликтующих друг с другом различных культур. Новый житель начал бы поиск и идентификацию «своих» — тех, с кем ему комфортно общаться, проводить досуг или достигать общих целей.

Современные городские исследования (под этим термином понимаются исследования, посвященные специфическим городским темам) имеют разнообразные направления, главные из которых:

- 1) качество городской среды, качество жизни (включая их экологический аспект);
- 2) планирование социально-экономического развития города, городское управление;
- 3) городские сообщества, социальные движения, социальная активность;
- 4) социальные проблемы в городском контексте;
- 5) городской образ жизни (урбанизм), характер коммуникаций;
- 6) культурно-символическое содержание городского пространства, социокультурное влияние архитектурных сооружений и т. д.

Все направления крайне актуальны, интересны и обладают значительной общественной ценностью и научной емкостью, однако в рамках прикладных целей создание комьюнити-центра, выбор падает в первую очередь на пункт 3, и возможно даже без его полного охвата.

В ходе программы «Города Будущего» и ряда других исследований по тематике формирования комьюнити-центров, а также фондов местного сообщества, были выявлены несколько наиболее применимых методов проведения исследований, направленных на изучение ожидания и представлений (стереотипы, точки напряженности, внутренние инсайты) жителей и ключевые сообщества, а также объекты социальной,



Поиск вариантов исследования инфраструктуры и сообществ в Лефортово

образовательной, культурной и экономической инфраструктуры территории будущего комьюнити-центра.

Задачами исследований в рамках данной цели являются:

- изучение текущего образа жизни жителей района (+ сообщества);
- исследование текущих инсайтов и представлений;
- прогнозирование ожидания и предпочтения жителей;
- выявление ключевых, наиболее заметных/проявленных для жителей сообщества;
- знакомство с существующей инфраструктурой района (+ инфраструктуры для сообществ);
- выявление неудовлетворенных ожиданий и потребностей;
- выявление недостающих «элементов» жизни в районе (в т. ч. те, которые объединяют жителей в сообщества);
- выявление возможных местных лидеров мнений (может не быть!).

В соответствие с данными задачами и подобран представленный ниже пакет исследовательских инструментов.



Обсуждение экспертами программы «Города Будущего» итогов конкурса-исследования компьютерных центров Москвы

I. DESK RESEARCH (КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ)

Исследование вторичных источников информации, преимущественно социальных сетей и форумов. Это самое простое и доступное каждому обладателю доступа в интернет решение. Ключевой ресурс — время. Ключевой навык — работа с поисковыми запросами. Профессиональные качества — педантичность и занудство.

Любой район или территория обладает набором слов, имен, названий, словосочетаний, локальных легенд, которые необходимо сделать набором поисковых запросов. Выпишите все названия улиц, наименований района, в т. ч. неофициальные, на территории, чтобы через социальные сети обнаружить практически гарантированно пару десятков групп и сообществ.

Приготовьтесь много и долго читать чаты, форумы и обсуждения, вычлняя из бесконечных лент и постов значимые детали, ссылки, имена и названия. Будьте внимательны к фотографиям, видеозаписям и активным авторам, заходите к ним на странички, в профили, посмотрите их ленты в соцсетях, возможно, Вы даже найдете общих друзей!

Еще одна фокусировка в поисковой активности в сети может быть определена как онлайн-этнография, предполагающая изучение в онлайн-источниках различных аспектов жизни района в рамках исторического, временного, культурного контекста. К примеру, проведение исторических аналогий: какие объекты существовали раньше в районе и в будущем были бы интересны для настоящих жителей. Метод является также частью общего кабинетного исследования.

Таким образом, структурируйте информацию по необходимым вам задачам и темам. И если еще сутки назад Вы ничего не знали о территории, ее легендах, сообществах и героях — то через 24 часа Вы сможете более-менее адекватно понимать местных жителей и их язык при переходе к полевым исследованиям.

Теперь можно переходить к полевым исследованиям.



Согласование вариантов совместной с местными жителями активности на базе Charity Shop

2. GO-ALONG

Метод так называемого «интервью в движении» позволяет провести реконструкцию жизненного пути в целом или отдельных событий благодаря биографическому импульсу, который дает прогулка по значимым для респондента местам. Интервьюер передвигается вместе с респондентом по району, задавая уточняющие вопросы о том, куда они пошли, какие ассоциации с этим местом, каков привычный маршрут и пр. Таким образом, формируется представление о восприятии респондентом пространства, причинах выбора тех или иных мест для посещения, объектов и точек притяжения в районе и городе, а также практиках его взаимодействия с другими горожанами. Прямо расскажите о целях вашего любопытства перед прогулкой, чтобы не спровоцировать побочные эффекты — от взаимности до полиции. Возможно проще всего может оказаться обращение к жителям через уже найденные местные группы или через сервисы типа avito, youdo и т. д.

Еще один метод полевого исследования.

3. АВТОЭТНОГРАФИЯ

Исследователь фиксирует опыт своего передвижения и восприятия района, ставя себя на место жителя изучаемой местности, а затем анализирует его. Этот метод способствует пониманию культурного опыта жителей через изучение своего, приобретенного на данной местности. В таком подходе есть что-то мистическое. Ряд исследовательских школ даже рекомендует попытаться почувствовать город, поговорить с ним, спросить разрешения на познание и работу/проживание. Тем не менее, даже если отбросить эти рекомендации, Вы откроете для себя очень много того, что не заметили бы сами в обычной позиции и что возможно не заметили уже при замыленном взгляде местные жители.

Традиционно большой и важный блок исследовательских инструментов построен на наблюдении.

4. НАБЛЮДЕНИЕ.

Во-первых, открытое невключенное наблюдение.

Метод исследования для изучения поведения людей «со стороны», в их естественной среде и повседневных жизненных обстоятельствах, не вступая с ними в контакт. Метод предполагает присутствие наблюдателя в местах, описанных во второй главе, с фиксацией ключевых задач исследования. Нужно запастись терпением, любить детективы и кофе.

Во-вторых, скрытое включенное наблюдение (применяется в группах и сообществах, органически близких к интервьюеру, что позволяет иметь небольшую «легенду» — например, для групп «родители дошкольников», «пенсионеры», «новые жильцы» и т. д.). Данный метод предполагает, что интервьюер, не раскрывая своих целей, вовлекается в деятельность изучаемого сообщества и расспрашивает его представителей о привычной для них городской среде. В отличие от невключенного наблюдения, активное участие позволяет достичь высокой степени открытости наблюдаемого сообщества и проанализировать его опыт «изнутри».

Кроме указанных выше методов, большой популярностью пользуется метод социального картографирования — «ментальные карты» (мы упоминали о нем в первой главе). Метод предполагает создание визуального материала (ментальных карт), создаваемых самими респондентами и описывающими представление о местности с позиций исследовательских задач. Однако субъективность восприятия, глубина знакомства с районом влияют на конечный результат и отображают меньше, чем фактически знает и представляет респондент. Тем не менее, для самих жителей это часто становится увлекательным опытом. Особенно, дальнейшие презентации для жителей этих карт с наложением изображений, созданных представителями различных социальных групп и сообществ.

Даже нескольких из этих методов может быть достаточно, для старта работ. Конечно, если есть бюджет и любовь к количественным исследованиям (с целями или претензиями на научность данных), можно еще провести массовые опросы (интервью) по месту жительства респондентов (face-to-face). При генеральной совокупности исследования взрослого населения соответствующей территории (+14) для обеспечения репрезентативности опроса можно использовать методы квазислучайной маршрутной выборки, при котором интервьюер опрашивает респондентов в домохозяйствах (квартирах, домах), отбираемых в соответствии с маршрутом и на основе квотных правил или определенного шага (ключа). Часто такие опросы охватывают сотни и даже тысячи жителей, однако принципиально новых данных можно не получить.

Для любителей акционизма мы можем также предложить еще два исследовательских подхода, частично использовавшихся при расширении деятельности ресурсного центра для НКО в Калуге еще в 1996–1999 гг. фондом «Стратегия» и АСИ-Калуга в проектах по озеленению города и установке городских урн.

Эти подходы основаны на том, чтобы вовлечь в ходе исследования жителей в какие-то виды активностей. Задача исследователя — максимально вовлечь индивидов и сообщества в работу, предоставить им инструменты для выражения себя и изменения собственного положения по отношению к территории. Подход получил наименование

Participatory Action Research, или партисипаторное и акционистское исследование и распространены среди урбанистов, проектировщиков городской среды и общественных пространств. Для успешного вовлечения рекомендуется наличие для участников понимания прикладного результата (например, коллективного арт-объекта во дворе или парке, документального фильма о районе, или, как было в нашей практике — строительства пятиметрового деревянного моста в честь профессионального праздника).

Источники

- *Исследование Центра Grand Prix 2017*
- *И. В. Щербакова, старший научный сотрудник Института социологии РАН, канд. соц. наук Социологическое исследование города: диагностика проблем и гражданская дипломатия.*
http://terraplan.ru/pdf/tip_5-29-78-82.pdf
- <http://strelka.com/ru/magazine/2016/08/04/marginal-society>
- *Итоговый аналитический отчет о результатах массовых опросов населения*
- *Группа «Циркон». 2015 Городские локальные идентичности как основа формирования устойчивых местных сообществ. Исследование общегородских идентичностей жителей Владимира, Смоленска, Ярославля*



ГЛАВА 4

ЗАПУСКАЕМ КОМЬЮНИТИ-ЦЕНТР

В этой главе мы переходим к непосредственно шагам или уровням развития комьюнити-центра. В нашей логике их будет четыре. Каждый будет подробно описан с примерами и кейсами в отдельной главе.

Но первое, с чем сталкивается команда, стремящаяся создать комьюнити-центр, это вопрос, который возвращает нас ко второй главе — вопрос места.

На данный момент ответ на этот вопрос зависит от выбора: ждать или действовать.

Что имеется в виду?

В активно развивающейся в настоящее время культурной географии рядом ученых сформировано понятие места, не как строения, дома, а места пересечения траекторий и сценариев жизни различных групп жителей. Можно ждать, когда появится возможность арендовать, или получить безвозмездно, отремонтировать и открыть пространство центра, но, как отмечают исследователи, в этом случае мы уделяем внимание ощущениям пространства здания, чувствам в здании и чувствам о здании.

Место же, необходимое и достаточное для реализации функционала комьюнити-центра, есть везде, где есть социальный трафик — от лавочек парка до легендарной «рюмочной в Зюзино», выполняющей по сути роль места комьюнити-центра (Штаб «Зюзино») на территории, где проживает 125 000 человек.

Еще в 1986 г. Яан Чамберс в книге «Популярная культура: опыт метрополиса» писал о городе как о серии двойных оппозиций; это официальная и низовая культуры; это реальное место и «сайт воображения». С одной стороны, это сеть улиц, застройки, общественных зданий, транспортных систем, парков, а с другой — комплексы позиций, характерных черт, привычек, ожиданий и надежд, которые заключены в нас как в городских субъектах. Внутри города всегда есть другой город, множество городов. И поэтому далеко не всегда имеет смысл замыкаться на помещении. Всегда есть другой подход, о котором пишет Эдвард Сойя, называя его «Городское воображаемое», в том смысле, в котором этот термин относится к нашему ментальному и познавательному картографированию городской реальности, согласно которым мы оцениваем и решаемся на действие в местах, пространствах и коммуникациях, в которых живем.

В случае выбора ответа «действовать» можно перейти к первому уровню функционала такого центра.



Обмен опытом и подходами к формированию городов будущего участниками проектов «Города будущего», «Родные города», «Живые города», проектов Altourism, «Игры Будущего», архитекторов IND-architects



Обсуждение опыта работы комьюнити-центров в республике Корея, Польше и Германии в центре «Благосфера»



Павел Лукша («Живые города») представляет проект КОД.

Но, даже если решили ждать, когда появится помещение, к счастью, все чаще такое ожидание, при активности по его демонстрации, тоже приводит к результату — комьюнити-центры, соседские центры и другие вербальные упаковки с примерно близкими смыслами находят отклик и у администраций, и у застройщиков, и у городских сообществ. Названия при этом и степень независимости могут быть разными — от бюджетных учреждений, созданных по федеральной программе Домов новой культуры (ДНК), ставших Инновационными Культурными центрами в трех городах России, до Культурно-образовательных домов (КОД) в рамках движения «Живые города». От программ сообществ урбанистов (например, у сети Центров прикладной урбанистики действует программа Общественно-культурных центров) до градообразующих предприятий (программа «Родные города» Газпромнефть или программы «Территория РУСАЛ») и т. д. Нам в данном случае важно, что независимо от места проживания найти место в любом его понимании реально.

Что же делать дальше?

Единственный ответ — формировать доверие жителей к организаторам и месту встреч. Первый этап комьюнити-центра — встречи, встречи, встречи. Точнее, объединение местных жителей для обмена знаниями (встречи, лекции, образовательные программы, семинары, мастер-классы, праздники, чаепития, хобби) на базе центра и при его поддержке, не обязательно в стенах центра.



Дарья Алексеева встречает гостей магазина

И как обычно, всегда есть выбор вариантов развития таких встреч — создавать «с нуля» сообщества, которые будут, доверяя вам и месту, собираться на актуальные темы, либо сразу приглашать уже сформированные сообщества в формируемое вами пространство.

Например, в качестве первых спикеров на бывшем заводе «Кристалл» были приглашены, после того, как выяснилось, что вокруг уже есть целый кластер небольших резидентов завода с пищевыми мануфактурами и цехами, эксперта, создавшего на российском рынке несколько пищевых новинок и категорий — Гузель Санжапову с лекцией о том, как на основе краудфандинга собрать средства на запуск нового цеха.



Встречи и обмен опытом с друзьями из стран бывших союзных республик



Комьюнити-центр «Города будущего — Лефортово» встречает друзей из фонда «Наше Будущее»

В данном случае организаторы ориентировались на уже существующее сообщество предпринимателей вокруг центра. В этой же логике, на базе центра «Благосфера», реализован формат встреч, названный «Своя лекция» — любой житель может подать заявку на проведение своей лекции, и если он наберет 15 слушателей — событие состоится.

Хорошо, когда центр способен обеспечивать организацию лекций для сообществ «быстрого реагирования» — объединяющих жителей либо вокруг борьбы / защиты прав / отстаивания интересов либо вокруг актуальной позитивной, новой темы. Например, таким быстрым сообществом «против» стали практически все жители каждого района Москвы с момента объявления «программы реноваций» и конечно, в случае наличия



Семинар для резидентов бывшего завода «Кристалл» от Гузель Санжаповой

комьюнити или соседских центров это сразу бы вошло в повестку встреч и обсуждений. А в качестве примера быстрого сообщества «за» можно привести объединение жителей после выхода в свет очередного сериала — так лекции по мотивам сериала «Молодой папа» не только собирали залы и были платными, но платными были даже записи этих лекций.

Лидером механики таких встреч, по нашему мнению, можно назвать проект «Обогатительная фабрика» в Норильске, где с одной стороны вокруг пространства местного медиа-холдинга «Северный город» за год реализации проекта актуальных лекций сформировалось сообщество, а с другой уже стали возникать ритуалы и особые «фишки» — например, скорость регистрации 200 слушателей после размещения анонса на сайте. Рекорд составил меньше одной минуты.

Ключевая задача первого этапа:

- сформировать представление о безопасном и адекватном жителю месте для встреч, в т. ч. не только по инициативе организаторов;
- создать условия для нового отношения жителя к месту и организаторам — доверия и понимания, зачем и кем это делается;
- создать новую модель поведения в привычном сценарии жизни жителя на территории, еще одно, третье (после дома и работы) место, для кого-то наравне с кафе, для кого-то наравне с гаражом.

Часто на этом этапе все и заканчивается — организаторы не ставят больших целей и задач, часто их не ставят и инвесторы. (Например, если такой центр встреч создан на базе ресторана и трафика достаточно, то владельцам большего и не нужно). Иногда такие проекты даже перерастают в устойчивый бизнес и организаторы останавливаются на этой ступени, но в случае большей цели — в случае стремления создания комьюнити-центра, мы можем двигаться дальше.

Но сначала изучить примеры различных подходов к организации описанной деятельности в разных городах страны.

Городской гражданский салон

Пермь

В Перми открыт Городской гражданский салон — крайне удобный формат обсуждения. Название «Десять безбашенных дней января: наброски к городской гражданской культуре» был оправдан первыми 10-тью днями января, второй салон уже был назван более «спокойно», но не менее романтично: «Город обыкновенных чудес».

Чем характерны гражданские салоны?

Во-первых, здесь знакомятся люди, которые не могли бы встретиться ни в каком другом месте: вегетарианцы и управленцы, художники и автомобилисты, родители и застройщики и т. д.

Во-вторых, салон дает возможность экспериментально предложить новую повестку. Как правило, к обсуждению предлагаются неочевидные, но довольно важные темы. На салоне люди вынуждены отказываться от стереотипного подхода к повседневной жизни. Гражданские



Лекции и встречи в центре «Благосфера»

салоны воссоздают классическую салонную культуру XIX в., поэтому посещать такие мероприятия — большое удовольствие.

Благосфера. «Своя лекция»

Москва

Центр «Благосфера» предложил активным жителям Москвы новый формат встреч и друзьями и горожанами — «Своя Лекция». Любой специалист может поделиться своими знаниями и опытом — став лектором! Каждый может стать участником проекта «Своя лекция», если готов поделиться своими знаниями и опытом на темы социальной активности, благотворительности, культуры с горожанами. Для этого нужно обратиться с заявкой в центр «Благосфера» и обеспечить 15 заинтересованных слушателей — а центр параллельно обеспечивает более широкое информирование и приглашение слушателей со стороны.

Источники:

- *Сайт «Штаб Зюзино»*
- *Яан Чамберс, Популярная культура: опыт метрополиса, 1986*
- *Эдвард Соия, Постметрополис. Критические исследования городов и регионов*
- *Doreen Massey, World Sity. 2007*
- *Rose, Gillian; Degen, Monica and Basdas, More on 'big things': building events and feelings, 2010*
- *Сайт центра «Грани»*

ГЛАВА 5

ВТОРОЙ УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ КОМЬЮНИТИ-ЦЕНТРА — СО-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Уже на первой стадии — когда люди делятся друг с другом своими открытиями, знаниями и «лайфхаками» выживания в экономически сложных нестабильных условиях — мы можем заметить удивительный процесс перехода частного знания в коллективное пользование, от частной инициативы к совместным действиям, от частного владения к совместному пользованию и т. д. — все с приставкой «со-».

Интересно, что на эту характеристику в первую очередь обращает внимание и ключевой исследователь «добрососедства» Елена Шомина в работе «Соседские центры как элемент инфраструктуры соседского сообщества»:

«Сообщество возникает как результат взаимодействия жителей-соседей, их общения. Приставка «со-», означающая общее совместное участие, связывает это понятие с терминами «сообщение» (возможность общаться) и «совладение» (совместное владение). Последнее стало особенно значимым в современных российских многоквартирных домах после приватизации жилья и возникновения понятий «общее имущество» и «общедомовые нужды».

Соседские (общинные) центры, как правило, используются в своем сообществе в качестве места:

- совместное празднования событий, значимых для местных жителей;
- совместные собрания граждан по различным вопросам;
- совместное пользование помещениями местных клубов и различных волонтерских объединений;
- совместный сбор, хранения и передачи местной истории (функция соседского музея) и т. д.

Ближе всего к этому уровню развития комьюнити-центров — понятия краудсорсинг и шеринг (sharing economy). То есть с одной стороны — совместное создание чего-либо, с другой — совместное пользование чем-либо.

Вот как этот подход описывают лидеры одного из ярких российских примеров создания комьюнити-центров — Центров активных людей (ЦАЛ) — авторы сборника «ОТЛИЧНЫЕ практики Участие населения в решении локальных проблем и развитии территорий»: Центр активных людей — это место, куда может обратиться любой человек, имеющий желание внести позитивное изменение в свою жизнь и жизнь окружающих его людей, и получить необходимую помощь. Но помощь эта заключается не в том, что



Лекция Вячеслава Бахмина об экономике совместного пользования и шеринге в комьюнити-центре «Города Будущего — Лефортово»

сотрудники центра возьмут на себя выполнение необходимых действий. Лишь в том случае, если человек сам готов действовать — потратить часть своего времени, физических и душевных сил, профессиональных знаний и жизненного опыта, чтобы осуществить задуманное, ЦАЛ поможет ему найти поддержку единомышленников, необходимую информацию и ресурсы.

Практика такой со-деятельности может быть встречена и раскрыта в бесконечном числе жизненных затруднений и задач — например, многие мамы центра Лада (тоже ЦАЛ) в Нижнем Новгороде становятся консультантами по грудному вскармливанию добровольческой группы «Берегиня». Часто это своеобразный ответ на оказанную в нужный момент бесценную помощь опытного человека: «если женщина в трудный период после рождения малыша обращалась за помощью к консультанту группы и потом долго и с удовольствием кормила своего ребенка, зачастую она хочет в свою очередь поддерживать других, идущих по непростому пути мам, помогая им обрести такую же радость».

Шеринг базируется на идее делиться ненужными, недоиспользованными ресурсами с теми, кому они нужны, при этом ресурс может быть не только материальный — это могут быть знания, информация или даже время. Большие сдвиги в распространении «sharing economy» связаны с развитием IT-технологий, которые позволяют напрямую соединять тех, у кого есть ресурс и тех, кто в нем нуждается, с кризисом общества потребления, ростом мобильности общества.

Если, для кого-то слова шеринг и экономика совместного пользования еще не привычны, то непосредственная активность, относящаяся к этим явлениям



Встреча «Еда как способ коммуникации» в медиацентре «АСИ-Благосфера»

и понятиям — знакома каждому почти в каждом городе. Например, в Архангельске благотворительный фонд «Взамен» совместно с движением «Подари ребенку праздник» реализуют сбор вещей от равнодушных граждан, которые потом перераспределяются среди нуждающихся: погорельцев, семей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, малоимущих, пожилых людей... Надо подчеркнуть, что это не комиссия — тут действует именно принцип бесплатности. Это пример шеринга.

Именно соседские центры и локальные сообщества все чаще становятся центром появления самых разных форм коллективного пользования ресурсами: на их базе может развиваться множество конкретных практик — обмен одеждой во дворах, шеринг в использовании вещами (например, покупка одной дрели на подъезд или дом), совместные пикники и другое. Пожилые люди в дворовых сообществах могут делиться свободным временем — беря на себя функции сиделок или нянь.

Интересно, что такая активность объединяет жителей, которые могут быть заинтересованы в решении какой-то проблемы, но не знают о существовании друг друга.

Какие наиболее простые и понятные примеры со-деятельности можно встретить в комьюнити-центрах?

- Букроссинг — даже в парках.
- Коллективные закупки (оптом, например обувь для детей).
- Коллективное пользование инструментами (одна болгарка на дом). Открытые мастерские Улей.
- Совместная аренда оборудования и пространств для каких-либо особенных дат и событий — например, зала для проведения фестиваля кино, выставки или ярмарки.



Встреча «Еда как способ коммуникации» в медиацентре «АСИ-Благосфера»

- Фри-маркеты — например, благотворительный фонд «Второе дыхание» — учредитель благотворительных магазинов Charity Shop в Москве организует бесплатные магазины одежды для жителей обедневших территорий в радиусе 1000 км вокруг Москвы — в домах престарелых для персонала и жителей домов, бесплатные консультации стилистов, дни красоты в хосписах, помощь в трудоустройстве для людей, имеющих сложности получения работы (бомжи и т. д.).
- Встречи волонтеров благотворительных фондов, как в Благосфере.
- Коллективное обучение (например, оплата работы тренера танцев (цигуна, вокала и т. д.) в районном клубе для местного сообщества ценителей здорового образа жизни).
- Музей.
- Игровое пространство (для взрослых — настольные игры, шахматы/шашки). И т. д., — некоторые примеры можно изучить в конце данной главы.

Какие еще активности могут стать неожиданными для комьюнити-центра, но открывающими доступ к новым сообществам и их ожиданиям?

- Фудшеринг — еда, которая остается после закрытия ресторанов, кафе, магазинов, пекарен не выбрасывается, а передается людям, которые в ней нуждаются.
- Кото-кафе и дог-кафе — места, где горожане, которые по разным причинам не могут иметь домашних животных, могут приходить к ним в специальное кафе.
- Комьюнити-сад — пример такого сада расположенный во дворе дома 8 по Фрунзенской набережной сад, который хранит на своей территории в 0,27 га 13 видов растений из Красной книги и другие редкие виды растений. Сад является памятником исторической ландшафтной архитектуры и природы, искусственно



Выставка кошек из приюта в пространстве «Открытый Мир»

созданный руками человека. Сад возник в 1957–1958 гг. и назван в честь своего основателя Павла Ивановича Травникова. Сад существует до сих пор и находится под шефством неофициального общественного движения «Кружок», члены которого собираются каждое воскресенье пополудни в садовый сезон.

- Коллективные туристические поездки (по аналогии с коллективными закупками).

И т. д., больше вариантов мы рассмотрим в следующей главе.

Таким образом, в отличие от первого уровня, где задачи центра сфокусированы на максимальном и интенсивном общении, знакомстве, смешивании, создании связей, направленных на доверие, на втором уровне, на основе этого доверия возникает со-деятельность — совместное достижение общих целей.

На этом уровне еще нет устойчивых финансовых отношений, платных услуг, разве что разовая занятость, но уже появляется устойчивое воспроизводство сервисов, решений, результатов. Появляется очевидная необходимость в координаторах, постоянных собственных помещениях и так далее. Все чаще встает вопрос о привлечении дополнительных ресурсов из внешних источников. Этот новый шаг мы рассмотрим в следующей главе.



Фестиваль «Коты и тыквы» благотворительного фонда «Рэй» в Благосфере

Сообщество благотворительных магазинов CHARITY SHOP

Москва

Дарья Алексеева, основатель Charity Shop и благотворительного фонда «Второе дыхание» — ядро сообщества благотворительных магазинов Charity Shop — это девушки 25–23 лет. Мы знаем, что они много учатся (курсы, онлайн-университеты, иностранные языки), у некоторых из них есть творческие хобби.

Они организуют для друзей и сообществ, в которых состоят, разнообразные экскурсии, совместные занятия спортом и праздники. Они ходят на городские маркеты и блошинные рынки, иногда сами на них работают и дружат с теми, кто продает там свои крафтовые товары. Большинство из них или занимаются благотворительностью, или принимают активное участие в общественной повестке: бегают марафоны, активно выражают свою феминистическую позицию, подписывают петиции и ходят на митинги.

Все это отчасти влияет на их отношение к потреблению — они предпочитают авторские вещи, носят демократичные российские марки, покупают в онлайн-магазинах (потому что это быстрее и оставляет им время на себя), шьют сами и разбираются в винтажной одежде.

Зная все это о наших постоянных клиентах, мы стараемся создать атмосферу, в которой им будет комфортно: избегаем формального подхода и назойливости, с которыми часто можно столкнуться в торговых центрах, делаем упор на самобытность вещей, которые продаем. Мы следим за тем, чтобы музыкальное сопровождение в магазинах совпадало с тем, что



Благотворительные магазины Charity Shop

слушают наши клиенты, чтобы в коммуникации присутствовали месседжи, которые близки нашей аудитории.

Особенно чувствительно наши клиенты относятся к высказываниям, связанным с сексизмом и эйджизмом, поэтому мы никогда не поднимаем подобные темы в нашей рекламе и подчеркиваем свою толерантность в отношении любого их выбора в одежде и всем остальном.

Как работает сообщество — на одном примере самоорганизации?

В июне 2017 г. в фонд обратилась совершенно незнакомая на тот момент Диана Иванова с идеей провести сбор одежды во дворе своего дома, недалеко от станции метро «Аэропорт». Фонд с радостью поддержал эту инициативу под кодовым названием #раздевайсязаспасибо.

И эта акция по своим масштабам превзошла все ожидания. Простое мероприятие по сбору одежды переросло в грандиозное событие.

Рассказывает Диана: «Подружки решили сдать одежду, потом решили позвать еще подружку, потом еще и еще... В итоге закатили праздник во дворе, с гитарой, домашней выпечкой, компотами и невероятно крутой фотозоной. Не обошлось без про-боно шаурмы, объявлений по всему району и продвижением мероприятия в социальных сетях». В конце мероприятия нам пришлось вызывать целую «Газель», потому что организаторам удалось собрать невероятные 750 кг одежды!

Как это было: <https://www.facebook.com/vtd.fond/posts/1382980178405536>

Банк времени

Нижний Новгород

Технология, основанная на принципах экономики сотрудничества и представляющая собой бартер услуг. Принцип участия в программе «Банк Времени» прост: помоги другому, и помогут тебе. Человек выполняет привычную для него работу (то, что он умеет и любит делать), помогая тем самым людям. И если ему нужна чья-то помощь, он получает ее взамен отработанных часов, которые учитываются сотрудниками Банка Времени. Сферы деятельности практически не ограничены, компетентность людей, принимающих участие в проекте, проверяется сотрудниками Банка Времени. Эта технология применяется во многих странах,



Приобретенная на средства сообщества газель для фонда «Второе дыхание»



Команда, готовая отвезти твою одежду «куда надо»

а в нашей стране ее пионерами стала Служба добровольцев из Нижнего Новгорода. Сейчас ее подхватили и в других городах страны.

<http://timebank.ru> — платформа Банка времени, которая может быть использована в любом городе.

Школы социальных аниматоров

Нижний Новгород

Разработанная Ассоциацией «Служение» в рамках проекта «Развитие местных сообществ». Слушателями Школы социальных аниматоров стали лидеры некоммерческих организаций и ТОС, представители инициативных групп.

Основной принцип работы социальных аниматоров, кстати, очень напоминающий педагогический принцип Монтессори — «Помоги мне сделать это самому». Как педагог, работающий по системе Монтессори, вмешивается в процесс только по зову ребенка или в случае крайней необходимости, так и социальный аниматор создает условия, в которых человек,

желая каких-либо изменений, сам выбирает способ достижения этих изменений и действует самостоятельно, принимая на себя ответственность за достижение результата. Роль социального аниматора заключается в том, чтобы поддержать в человеке желание действовать, дать необходимую информацию, помочь встретиться с другими людьми, способными стать единомышленниками и союзниками. И мало кто знает, как трудно бывает удержаться, чтобы не вмешаться в процесс, особенно тем, кто привык все делать и отвечать за все сам.

Занятия в школе социальных аниматоров так или иначе направлены на осознание значимости этого принципа, ведь если все всегда будут делать одни и те же люди, то у других, даже если они поначалу очень хотят что-нибудь сделать полезное для страны, рано или поздно это желание пропадет. Кто сомневается, пусть вспомнит, как пропадает у детей желание помогать взрослым, если взрослые критикуют и стараются все сделать сами, будучи уверенными, что «если хочешь, чтобы было сделано хорошо, сделай сам». В такой позиции есть свой резон, но как педагогическая концепция она малоэффективна.

Совет микрорайона

Киров

В 1991 г. произошло знаменательное событие — впервые собрался инициативный совет микрорайона — модель сегодняшнего общественного совета. В него вошли представители учреждений, инициативные граждане, общественные объединения и представители законодательной и исполнительной власти.

Всем миром обсуждали проблемы и пути решения. Одним из итогов работы стал пуск дополнительного маршрута № 42, появились в микрорайоне социальные педагоги — первые в Кировской области. Началась разработка социальных программ и проектов, появились межведомственные программы социального развития микрорайона — это были первые попытки граждан самостоятельно оценить качество своей жизни, сформулировать проблему, определить способы ее решения и (самое важное!) способы участия людей в реализации этих решений. Сегодня этим формам участия населения в местном самоуправлении посвящена целая 5 глава 131 Федерального закона.

В настоящее время общественный Совет — это переговорная площадка для всех, кто заинтересован в развитии микрорайона, качественном и безопасном проживании. В наш Совет входят руководители 6 учреждений социальной сферы, 1 организации ЖКХ, индивидуальные предприниматели — представители «социально-ответственного бизнеса», депутат городской думы, представители территориального управления администрации г. Кирова, отвечающие за работу ТОС, представители общественных структур — совета ветеранов, совета инвалидов, молодежной организации ДИМСИ, активные граждане.

Деятельность Совета регламентирована, к каждому заседанию утверждается повестка дня, но в то же время Совет способен оперативно реагировать на изменения ситуации — при необходимости собираются внеочередные заседания, обсуждаются возникшие проблемы. Если мы не можем решить проблемы общими усилиями, то составляем коллективное письмо в общественную приемную главы администрации г. Кирова.

Именно общественным Советом в мае 2012 г. было принято решение разработать социальный паспорт микрорайона, который отразит содержание деятельности всех организаций и учреждений, действующих на территории, потребности и инициативы жителей и имеющиеся у сообщества ресурсы.

Сама жизнь показала, что инициатива рождается из потребностей, в данном случае из потребностей решить общественные проблемы.

Решением Совета самым активным и инициативным жителям микрорайона традиционно вручается знак отличия «За социальное служение родному микрорайону».

Общественный совет микрорайона сегодня еще и ресурс возрождения социально-культурной и спортивно-оздоровительной работы в микрорайоне — совместно мы разрабатываем план мероприятий и обсуждаем их итоги, распространяем афиши и информационные материалы и собираем обратную связь от участников и организаторов.

Дармарка

Тюмень

На базе общественного центра Альянса СО НКО и переданного муниципального помещения создается комьюнити-центр. Без единого бюджетного рубля на базе собственных возможностей и привлеченных от заинтересованных коммерческих организаций средств и ресурсов создается уникальное пространство, которое будет сочетать в себе коворкинг и инкубатор для начинающих НКО, выставочное и презентационное пространство, благотворительный социальный обменник «Дармарку» (проект обмена вещей уже кстати успешно опробован на Фестивалях соседей) и много других функций — постоянно действующие площадки для стимулирования соседской и гражданской активности.

Перевод на народный

Пермь

«Перевод на народный» — так называется мастерская, которую впервые провели в Перми в феврале 2013 г. Центр «Грани» собрал филологов, журналистов, специалистов по риторике, библиотекарей, студентов гуманитарных специальностей, чтобы всем вместе поработать над расшифровкой непонятных обращений чиновников. В основу работы легла методика «перевода», разработанная пермскими филологами по опыту работы с текстами зарубежных органов власти. Конечно, тексты законов и постановлений не могут быть написаны простым языком: это документы особого жанра, для которого обилие терминов, канцеляризм, сверхсложных предложений. Но почему бы не перевести хотя бы те тексты, в которых чиновники публично и напрямую обращаются к горожанам: приглашения к участию в городских мероприятиях, новости на официальном сайте администрации? За это и взялись восемь участников лингвистической мастерской. А чтобы при переводе смысл не исказился (а этот риск очень велик, потому что не всегда читатель может осознать замысел чиновника), в команду был приглашен консультант-юрист. В итоге участники лаборатории перевели несколько муниципальных обращений к горожанам. Например, в тексте, который начинался обманчиво «человеческим» заголовком «Что такое социальная защита?», «предоставление дополнительных

мер социальной поддержки в виде ежемесячных денежных муниципальных выплат» превратилось в простые «ежемесячные денежные выплаты», а «признание граждан малоимущими в целях признания нуждающимися в получении жилых помещений муниципального жилищного фонда, предоставляемых по договорам социального найма» — в понятное «признание граждан, нуждающихся в улучшении жилищных условий, малоимущими». В тройку лидеров понятности вошли информация о полисе ОМС, опубликованная на сайте администрации города Перми; информация о получении услуги по внесению исправлений и изменений в записи актов гражданского состояния краевого комитета ЗАГС; текст о профессиональной переподготовке женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребёнком, написанный службой занятости населения Пермского края.

Фотоконкурс «Граммар-папарацци»

Пермь

Фотоконкурс «Граммар-папарацци» центр «Грани» провел в феврале. Горожан попросили присмотреться к текстам, которые встречаются им в городе и прислать примеры безграмотных сообщений. По задумке организаторов, пермяки должны были искать грамматические ошибки, но «папарацци» продемонстрировали отличное языковое чутье — на снимках они запечатлели не только ошибки правописания, но и неблагозвучные сокращения, просторечия, пошлость и просто абсурд. 30 человек прислали около 140 снимков — получилась целая «языковая свалка», в которой можно было отыскать такие экзотические вещи как «сапоги-сандалии», «лук-пюре», «имбырных чилабечков», «напистки сокосоде ржащие». Здесь же оказалось множество нелепых стишков вроде «Ты купил у нас диван! / Просыпайся сыт и пьян!» или «Куриная шейка на бульон хороша, / если в кармане почти не гроша». Всего, что вытворяют с языком местные торговцы, и не перечислишь, но особенно грустно, что ошибки допускают и те, кто точно не должен этого делать: крупные компании, СМИ, филфак ПГНИУ. Некоторые ошибки даже увековечены, например, на мемориальной доске, где Борчанинова назвали «членом КПСС с 1903 года», хотя в этом году такой организации еще не существовало.

Все присланные ошибки оценивало и анализировало специальное жюри: профессор ПГНИУ, культуролог Галина Янковская, фотограф и журналист Константин Долгановский, фотограф и журналист Мария Долгих, эксперт центра «Грани» Элина Еренко. Конкурс стал попыткой обратить внимание горожан на культуру городского пространства, поэтому Решение проблемы безграмотности было отложено на второй план, пока же только наметились несколько возможных путей. Так, было предложено засыпать авторов сообщениями об ошибках, устраивать в защиту языка флешмобы и расписывать заборы картинками с правилами русского языка. Было предложено и рекламировать грамотность как конкурентное преимущество хотя бы для крупных компаний.

«Языковые» проекты центра «Грани» помогли горожанам свежим взглядом посмотреть на то, как общается с ними город, поучаствовать в настройке качественного публичного менеджмента. Более того, каждый проект дал свои конкретные результаты. Так, участники лаборатории перевода создали методику преобразования непонятных текстов в удобный читателям формат и познакомили с этой методикой чиновников (а также подарил горожанам несколько

внятных текстов вместо канцелярской зауми). Конкурс «Понятный город» стал для чиновников поводом задуматься о применении предложенной горожанами методики, ну а благодаря активности горожан в фотоконкурсе «Граммар-папарацци» о своих ошибках узнали и другие производители городских текстов. Широкий резонанс конкурсов в СМИ позволяет надеяться: люди, которые хотят общаться с горожанами, начнут следить за своей речью, и голос города станет чище и благозвучнее.

Источники материалов, размещенных в тексте:

- Елена Шомина, «Соседские центры как элемент инфраструктуры соседского сообщества»
- «ОТЛИЧНЫЕ практики Участие населения в решении локальных проблем и развитии территорий»: Нижний Новгород 2012
- Источник: <http://www.nb-fund.ru/about-us/media-about-us/ne-biznesom-edinyim-v-pinege-sostoyalsya-slet-sotsialnyh-predprinimateley.html>
- Лаборатория «Sharing economy: городская экономика участия»
- <https://civil-forum.ru/forums/2015/news/laboratoriya-sharing-economy-gorodskaya-ekonomika-uchastiya-podvodit-itogi-raboty-na-ogf-2016.html>
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Сад_Травникова
- Источник: Гражданская активность — скрытый резерв развития региона http://vestnik-nko.ru/grazhdanskaya-aktivnost-skrytyj-rezerv-razvitiya-regiona/?_utl_t=fb



ГЛАВА 6

ПЕРЕХОД К МОНЕТИЗАЦИИ ЦЕНТРА

Это очень сложный шаг, даже не с точки зрения моделей получения дохода, а с точки зрения гармонизации отношения к деньгам — с одной стороны мы создаем центр совсем не для того чтобы зарабатывать деньги, а для развития городского сообщества и территории, и поэтому если появление между нами и сообществами финансовых отношений не является целевым. Но, с другой стороны, есть несколько аргументов за то, чтобы все-таки решиться включить в свою деятельность платные услуги, производство услуг или товаров на рынок и на продажу, и т. д.

Во-первых, как правило эффективное и устойчивое партнерство и со-деятельность предполагают равное вложение ресурсов и усилий, и исключительно безвозмездное, даровое предоставление благ может дать побочный эффект — иждивенчество, создание новой мифологии о том, что «раз они это нам делают, значит должны», или даже, «они наверняка как-то вот это все куда-то продают и наживаются на нас». В любом случае, если у вас будет какая-то понятная и прозрачная система, в которой часть услуг для определенных аудиторий бесплатна, а часть услуг для определенных аудиторий платная, это будет проще даже с точки зрения понимания вашей деятельности со стороны.

Во-вторых, не менее важный аргумент — это выход на устойчивость и независимость от какого-либо источника ресурсов. Если центр финансируется на основе грантовых конкурсов социальных проектов или по заказу девелопера (а это два наиболее часто встречающихся источника в Москве), то, чем раньше центр выйдет на самофинансирование на основе какой-либо собственной модели, тем выше будет к нему интерес в том числе и у существующих финансирующих сторон. Тем больше сможет центр реализовать программ (об этом мы поговорим в следующей главе).

Итак, нам надо создать условия для поступления финансов в центр. Не будем разбирать здесь необходимость наличия юридического лица (СО НКО или ООО или ИП, или сразу нескольких форм/партнеров, и иногда муниципального учреждения). Это тема совсем отдельная, в большей степени юридическая.

Мы попробуем разобрать наиболее реальные возможности, которые есть у центра.

И главный принцип — обратить внимание на тех, кто ближе всех и кто уже поддерживает:

- Жители. Именно жители сами создают инициативные группы, штабы, вскладчину собирают необходимые ресурсы для благоустройства или для получения положенных ресурсов от муниципалитетов, создают ТОСы и ТСЖ, объединяются, когда на их землю приходят реновации и девелоперы, когда надо защищать

РАСПИСАНИЕ СОБЫТИЙ 26-27 ИЮЛЯ

комьюнити-центра Города Будущего

26 ГУЗЕЛЬ
07 САНЖАПОВА
2017 КРАУДФАНДИНГ
ДЛЯ СВОЕГО
ДЕЛА

26 ВЯЧЕСЛАВ
07 БАХМИН
2017 ШЕРРИНГ:
ЭКОНОМИКА
СОВМЕСТНОГО
ПОЛЬЗОВАНИЯ

27 ЛЕНА КАРИН
07 ЗАКУПКИ ТОВАРОВ
2017 ОТ РЕЗИДЕНТОВ
"КРИСТАЛЛА" ДЛЯ
ПРОЕКТА "БОЛЬШЕ
ЧЕМ ПОКУПКА"

27 НАТАЛЬЯ
07 ГЛАДКИХ
2017 ПОЧЕМУ
ЛЮДИ ПОКУПАЮТ
СОЦИАЛЬНОЕ

ДА Вход свободный
ЭТО С 14.00 до 16.00
РЯДОМ Здание 45
Второй этаж.
Чай/кофе/пирожки
- всё есть

27 ВЛАДИМИР
07 ВАЙНЕР
2017 КТО ТАКИЕ
СОЦИАЛЬНЫЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ?

Приглашаем резидентов
«Кристалла» на встречи
в комьюнити-центр
8 915 038 90 98
сайт.проект.содружество



ОРГАНИЗАТОР:
Комьюнити-центр "Города Будущего"
при поддержке Центра Парант
и Фонда СТИ



Афиша событий комьюнити-центра «Города Будущего — Лефортово»

свои интересы. Поэтому жители — первые кто может откликнуться и на предложение собрать взносы на тот или иной проект благоустройства и создания более комфортного места для встреч и событий.

- Девелоперы. Уже сложно найти девелоперов, которые не слышали о комьюнити-центрах и комьюнити-менеджерах. Часто эти представления далеки от того, о чем мы тут пишем, но запрос на понимание есть, как и мотивация сделать свое предложение более горожаноориентированным и привлекательным для покупки недвижимости в районе, где есть сообщество, заботящееся о благополучии территории.
- Фонды. Все чаще грантодающие фонды объявляют конкурсы проектных заявок именно на развитие сообществ или на решение проблем локальной группы — например, пожилых людей в малом городе и т. д.).

Конечно, это скорее теория, так как на практике возникает большая проблема договороспособности — способности и стремления понять и видеть интересы друг друга, готовность и желание находить точки для общего дела и т. д. Например, даже среди урбанистов есть устойчивая позиция, что гранты — это инструмент контроля,



Афиши курсов для жителей района Лефортово

и создавать комьюнити-центры можно только по заказу девелоперов. И ровно наоборот, часто встречается позиция городских сообществ и инициативных групп местных жителей, что нельзя садиться за один стол переговоров с девелоперами, так как их цель построить и продать любой ценой без учета интересов жителей, которые хотят больше зелени, меньше этажей, больше общественных пространств, меньше машин, больше парковок (желательно подземных) и т. д. Поэтому в реальности может оказаться, что кроме жителей, которые могут быть не готовы к финансовой поддержке центра — прямой поддержки может не оказаться.

В этой ситуации можно обратить внимание на практики различных центров в поисках финансовой устойчивости. Мы составили небольшой список предложений нефинансовых ресурсов (пространство, время, организованность), которые при наличии и излишке можно менять на необходимые финансовые ресурсы:

1. Сдача в аренду пространств.
2. Организация ярмарок, продаж.
3. Организация конференций, форумов.
4. Проведение фестивалей, праздников.
5. Сдача в аренду части пространств под постоянные полки, шоу-румы, витрины.
6. Предоставление производственного оборудования и мастерских на время.
7. Процент от сборов с платных мероприятий на территории центра.
8. Платные кинопоказы и лектории.



Коворкинг в центре «Благосфера»

9. Размещение рекламы, постеров, стоек.

10. Проведение дегустаций и презентаций товаров и услуг от брендов, компаний, локального бизнеса.

Большинство этих инструментов монетизации с переменным успехом используется владельцами и арендаторами пространств. Важно только понимать, что монетизация в любом случае вторична по отношению к идее добрососедства, и если на событие, куда пригласили местных жителей, им даже воды бесплатно не нальют — и будут монетизировать каждый шаг — то добрососедства не получится.

Если же посмотреть творчески и вспомнить ключевое отличие этого уровня развития центров — внутреннее решение выйти на запуск микро-бизнесов или социальных проектов с оказанием платных услуг, то можно существенно расширить спектр предложений и проектов монетизации (при понимании того, что панацея сразу находится редко, и необходимо тестировать разные подходы).

К таким микро-предпринимательским проектам (часто еще даже без возможности различить — станут они коммерческими или нет, станут они эффективными социальными или нет) в первую очередь можно отнести проекты на основе монетизации хобби и нового ремесленничества.

С одной стороны — это микро-предпринимательские проекты самого центра:

1. Организация кооперации сообществ и производственных цепочек с функцией логистического центра.

АПРЕЛЬ 2017						
ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА	ЧЕТВЕРТ	ПЯТНИЦА	Суббота	Воскресенье
			30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

Расписание в центре «Благосфера» на месяц



Расписание в ДК «Делай сам(а)» на две недели



Мастер-класс по созданию ювелирных украшений от дизайн-студии Monolama

2. Формирование программ резидентов, которые оплачивают определенные пакеты участия в различных программах центра, закрытых для остальных.
3. Организация исследований.
4. Платные курсы и лекции.
5. Открытие магазинов, шоу-румов, витрин (от своей полки до благотворительного магазина).
6. Абонементы на пакеты событий.
7. Краудфандинг под конкретные проекты центра и резидентов.
8. Клубные карты, ключи от центра, пакеты привилегий.
9. Издание книг и пособий, карт.
10. Сборы пожертвований.

С другой стороны поддержка укрепления и развития проектов местных инициативных групп, сообществ, предпринимателей на базе центра. Здесь важно, не просто

выступать пассивной тепличной средой — что вырастет, то и будем поддерживать, а вести активную фокусировку на актуальных запросах, которые видит центр (глазами жителей, сообществ, резидентов, экспертов). Такой анализ может привести к фактически к социальному локальному заказу на совершенно прикладные услуги, сервисы и товары:

1. Поддержка открытия точки питания, кейтеринга.
2. Открытие мини-мануфактур, основанных на умениях и хобби сообществ (моделисты, мастера народных промыслов, столяры, плотники, художники-иллюстраторы, дизайнеры и т. д.).
3. Поддержка открытия мини-сервиса фото-видео фиксации (нужны для событий в центре и на стороне).
4. Платные экспозиции (от взноса за участие до входного билета для зрителя).
5. Сбор материалов для переработки (макулатура).
6. Открытие клубов, секций, курсов, школ по запросу местных жителей.
7. Платные экскурсии (по району, на предприятия).
8. Театральные мастерские, спектакли.
9. Выставки-ярмарки хобби (в т. ч. благотворительные, от коллекций до питомцев).
10. Показы мод, моделей, организация тест-драйвов и дегустаций, семплинга.

И так далее, — идеи рождаются каждый день, например, в день написания этой главы в газете «Коммерсант» мы встретили такое сообщение: «Коворкинги и прокаты машин — это уже мейнстрим. Сейчас модно предлагать самые неожиданные вещи в аренду. В Москве есть пара десятков сервисов проката детских игрушек, которые пользуются большой популярностью. Директор проката игрушек и детских товаров «Вишенка» Марина Спирякина, похоже, уверена, что детям игрушки покупать вообще не надо. «Малышу до четырех лет на каждый возрастной этап жизни необходима масса развивающих товаров. И чем ребенок младше, тем короче эти возрастные этапы», — объясняет она. «Результат: дом обрастает множеством ненужных игрушек», — и это тоже возможная идея для монетизации комьюнити-центра.



Impact Hub Moscow

Москва



Пространство Impact Hub Moscow открыто для желающих

Среди множества источников монетизации центра в данном случае в качестве примера можно привести летнее предложение по аренде пространства центра:

Мы объявили летнюю цену на аренду нашей площадки со смыслом.

Impact Hub — пространство в творческом кластере на Китай-городе в здании с 300-летней историей. Большие деревянные окна и кирпичная кладка, винтажный пол и мягкое освещение.

Подходит для проведения деловых и образовательных мероприятий: воркшопов, лекций, тренингов и презентаций, а также съемок и «умных» праздников.

В вашем распоряжении:

- основное пространство Impact Hub на 80 человек;
- переговорная комната на 8 человек;
- гардероб;
- 80 стульев и 8 столов;
- флипчарт, канцелярские принадлежности и маркерная доска;
- интернет и техника для презентации.

Общая площадь пространства — 130 м².

В пространстве Impact Hub проводили свои мероприятия T&P, Теплица социальных технологий, а также такие крупные компании, как СКОЛКОВО, IKEA Centers, Райффайзенбанк, Enel, Nike, SAP и другие.



Пространство Impact Hub Moscow открыто для желающих

Прибыль от аренды площадки Impact Hub Moscow инвестирует в развитие программ поддержки социально значимых предпринимательских проектов: #90dayschallenge #grow #unreasonablelab #beyondunemployment .

Источник: <https://www.facebook.com/notes/impact-hub-moscow/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8-%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%BE%D0%B%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D0%B5-%D0%B2-impact-hub/819218941588052/>

Деревня Малый Турыш

Урал

Путь формирования комьюнити Гузель Санжаповой

В деревне Малый Турыш проживает 52 человека. Это татарская деревня, где все говорят преимущественно на национальном языке. На первых порах для Гузель Санжаповой это было проблемой: «Я как собака: понимаю, но ответить не могу. И для меня было показательно раньше, что ты спрашиваешь что-то по-русски, а тебе отвечают по-татарски, потому что люди не считали нужным снизойти до тебя. А сейчас, когда я приезжаю, все работники во-первых очень радуются: все хотят меня потрогать, обнять», — рассказывает она.

По словам Санжаповой, раньше деревенские жители были разобщены и большую часть времени проводили «перед телевизором за своим забором». Когда в поселении появилось производство, цех превратился для них в центр общественной жизни.

«Рабочий день начинается с 9:00, но некоторые приходят даже на час раньше. Я вижу, как люди бегут на работу, и это не из-за того, что их кто-то может отругать за опоздание. Они торопятся, потому что там жизнь. Они все приходят, общаются, обсуждают новости. Для них



Гузель Санжапова с презентацией краудфандингового проекта

деньги не стоят на первом месте, их больше волнует общение, возможность делать что-то вместе, — отмечает она. Хотя их зарплата — в два раза больше пенсии».

В 2016 г. в Малом Турыше открылась первая детская площадка. Хотели начать строительство еще летом 2014 г., но из-за бюрократических формальностей с документами на выделение земли проект пришлось заморозить на полтора года. «Без документов мы ничего не могли сделать. Кроме того, увеличилась и смета. Мы ориентировались на 100 тыс. руб., а потребовалось 800 тыс. руб. Часть средств собрали за счет краудфандинга, часть нам выделил спонсор. Также потратили свои собственные деньги».

По словам Санжаповой, многие проблемы деревни люди могут решать совместно, но им требуется специальное место, где они могли бы собираться на совет или отмечать праздники «всем селом», как это было раньше. «Когда у нас было открытие детской площадки, где мы пригласили всех жителей деревни, ко мне подходили люди и говорили: “Гузель, спасибо вам, мы за 30 лет впервые все вместе собрались”». А я просто объехала все дома и предложила — приходите все вечером на детскую площадку, мы попьем чай».

Когда летом площадка только открылась, поздним вечером можно было увидеть огромную женскую фигуру, которая ползла на детскую горку, и местных мужиков на карусели. Уложив детей спать, взрослые сами пошли на площадку, которой у них не было в детстве.

По словам Санжаповой, для нее самым важным в этой истории остается то, что за два с половиной года она смогла убедить жителей деревни в том, что они кому-то нужны. «Здорово, что теперь люди пытаются донести до меня все свои самые большие нужды, самые большие мечты, потому что понимают, что я в этой деревне не для того, чтобы заработать и свалить. Люди начали объединяться, и это очень круто».



Детская площадка, которая стала центром притяжения жителей деревни

«Скоро мы обустроим скважину питьевой воды и уличное пространство для общения жителей. Многие проблемы жители решат сами, нужно только дать им такую возможность»

По словам предпринимательницы, не все люди одобрили ее проект. Некоторые решили, что она «наживается на старости»: «У меня даже на визитке написано, что я эксплуататор бабушек — это моя официальная должность. Это был самый первый негативный отзыв, от которого мне очень сильно обидно стало», — вспоминает она.

По словам Санжаповой, она никого не принуждает трудиться, а наоборот, помогает пожилым женщинам заниматься любимым делом и получать удовольствие от того, что плоды их труда востребованы: «Мне предлагали на собранные деньги увезти бабушек на отдых в Турцию, но когда я говорила, что они все равно захотят вернуться к себе домой, к родному корыту, дискуссия затухала».

Источники:

- <https://vc.ru/p/guzel-bello>
- <https://lenta.co/medovaya-kommunikaciya-226474>

ГЛАВА 7

СТАБИЛЬНОСТИ КОМЬЮНИТИ-ЦЕНТРА — ПОЛНАЯ САМООКУПАЕМОСТЬ И ЦЕНТР ПРИТЯЖЕНИЯ СООБЩЕСТВ

Какой должна быть модель комьюнити-центра, чтобы не оказаться в колесе непрерывных поисков подработки и ситуации, когда либо приходится для того, чтобы свести бюджет объявлять сбор пожертвований, краудфандинга, распродаж товаров или вдруг менять правила и начинать предлагать заплатить за аренду помещения тем, кто раньше собирался бесплатно.

Очень некомфортная ситуация для организаторов центра.

Очень сложная задача найти гармоничное решение, в котором не пострадает социальный замысел и не замещена цель с социальной на коммерческую.

Очень хочется знать, что на счету всегда есть средства для аренды, проектов развития, поддержки новых идей и сообществ.

Какие же варианты и векторы выстраивания такой модели комьюнити-центра есть?

1. «Социальный кооператив».

Социальная кооперация малого бизнеса и СО НКО, локальных предпринимателей, резидентов комьюнити-центра (там, где такой институт создан). В такой модели устойчивость формируется на основе согласованных взносов основных участников, заинтересованных в функционировании центра (такой подход прост и понятен, на его основе строится финансирование и ООН и группы пенсионеров, нанимающих себе тренера по танцам). Или на основе создания цепочки действий с производством и последующей продажей товара (например, как в деревне Ботово Вологодской области, где значительная часть жителей включена в социальную кооперацию вокруг центра «В гостях у русской сказки»).

Мы можем встретить такое решение в самых неожиданных форматах — например, в августе 2017 г. ключевые арендаторы и собственники, работающие на улице Рождественская в Нижнем Новгороде объединились в сообщество по развитию своей улицы. В перспективе у сообщества появится и необходимость выделения функции управления, а местом встреч может быть любое из пространств участников сообщества. Подобный подход может стать основой и для развития комьюнити-центров на базе локальных торговых центров, где арендаторы могут согласовать формирование общего «маркетингового» бюджета, фонда, функционала для изменения своего статуса из торгового центра в центр социального притяжения.



Лыковые коврики, производимые жителями деревни Ботово



*Мастерские и пространство для мастер-классов
в Авосечной Евгения Рапопорта на Большой Никитской в Москве*



*Пространство для проектирования детской развивающей среды.
Архитекторы проекта МЕСТО за работой*

Элементы такого подхода наиболее четко видны в Impact Hub Moscow, где продуманная система резидентства позволяет гарантировать ежемесячный объем поступлений для закрытия базового набора функций центра.

Элементы такого подхода видны и в соседском центре «Города Будущего — Лефортово», где в формировании соседского центра и финансировании его функционирования заинтересованы резиденты завода «Кристалл», ориентированные на новые рынки, новые заказы, новых посетителей мастерских, школ, коворкингов, и т. д.

2. Магазины товаров и услуг и постоянные ярмарки.

Такая модель понятнее всего может развиваться на основе благотворительных магазинов и креативных пространств, ориентированных на аудиторию, связанную с творческими профессиями, современными субкультурами (от йоги или веганства до фанатов К-поп или коллекционеров), осознанным потреблением или благотворительными фондами. Пространство благотворительного магазина может стать местом встреч локального сообщества в заведомо добром месте с добрыми намерениями. Магазин может стать комьюнити-центром, если дополнит свой функционал не только прямыми сборами / продажами / сортировкой / распределением / переработкой, а формированием точек приложения сил и энергии местных жителей как в рамках уже имеющихся производственных цепочек, так и в рамках специально создаваемых активностей. Например, соседские чаепития, встречи с известными людьми (в т. ч. сдавшими свои вещи в магазин), открытием свободных мастерских с мастер-классами ремонта, переделки, переработки и т. д.

3. Учебный, образовательный, образовательно-культурный или культурно-образовательный центр местного сообщества.

Если комьюнити-центру удалось сформировать у жителей достаточный уровень доверия и представить истории успеха резидентов и слушателей разовых курсов



Образец сенсорной дорожки, размещенный в пространстве центра «Благосфера» (прототип шоу-рума для социальных предприятий)



Склад фонда «Второе дыхание» и сети благотворительных магазинов Charity Shop

и программ, то можно выстроить систему постоянного дополнительного образования. Если курсы и программы комьюнити-центра создают новый уровень возможностей для жителей, новые профессиональные навыки, новые способы получения дохода, выход на самозанятость, открытие своих компаний — то формируется основа для стабильного воспроизводства такого сервиса.

Причем, при наложении учебного комьюнити-центра с классическими бизнес-моделями образовательного учреждения появляются новые типы заказчиков — например, новый магазин может заказать набор на курс консультантов торгового зала или кассиров, торговый центр — инициировать курсы проектирования, с учетом предлагаемых



Открытие магазина Charity Shop в центре «Благосфера»

товаров. Такая модель с весны активно обсуждается «Городами Будущего» с большой сетью торговых центров, а Леруа Мерлен уже запустили в партнерстве с Impact Hub Moscow отличный долгосрочный проект социального проектирования.

Другой показательный и перспективный пример образовательного центра — Школа экскурсоводов на Шаболовке, которая создана на базе комьюнити галереи и музея «На Шаболовке». Бизнес-модель может оказаться такой же гармоничной и стильной, как сама Шуховская башня и здания конструктивизма, создающие основу архитектуры района. Школа, основанная на инициативе сообщества, обучает жителей и формирует экскурсионными маршруты и пакетные предложения, которые могут на постоянной основе приобретаться и отдельными посетителями района и туристическими группами. При грамотных переговорах такой туристический продукт в Москве может стать одним из самых востребованных, создать устойчивый доход центра и позволит даже инвестировать в новые туристические объекты, создаваемые местными жителями.

Интересно, что устойчивый комьюнити-центр может быть создан даже на основе обычной школы, если это общественно активные школы (ОАШ), которые ставят своей целью не просто предоставление образовательных услуг ученикам, но и развитие сообщества, привлечение родителей и жителей к решению социальных и других проблем, стоящих как перед школой, так и перед сообществом. Эксперт КГИ Вячеслав Бахмин рассказывает, что таких школ сейчас более 500, есть движение, которое объединяет сторонников такого общественно ориентированного образования, есть портал этого движения. Ключевыми направлениями развития в таких школах являются добровольчество, партнерство, демократизация школьной жизни. Такие школы — эффективный механизм пробуждения социальной инициативы не только родителей, учеников и учителей, но и всего микрорайона, где располагается ОАШ. В России развитием общественно активных школ различные некоммерческие организации. Основным ресурсным центром



Встреча местных жителей на открытии музея Шаболовки

движения ОАШ является Красноярская общественная организация «Сотрудничество на местном уровне».

Но все-таки главными форматами устойчивых комьюнити-центров и точек притяжения местного сообщества логично считать ТОСы и Фонды местного сообщества.

Остановимся сначала на ТОСах. Это одна из хорошо известных форм участия населения в общественном самоуправлении. ТОС — это определенный законом публичный институт, предоставляющий возможность самоорганизации для активных граждан по месту их жительства для решения различных проблем и выдвижения собственных инициатив. В российских регионах развитие ТОС происходит неравномерными темпами и в самых разнообразных вариациях. Соответственно, и успехи в развитии этого института сильно отличаются от региона к региону.

Главный и признанный эксперт ТОСов, профессор НИУ-ВШЭ Елена Шомина рассказывает, что на протяжении последних 25 лет мы четко соотносили понятие «соседское сообщество» с территориальным общественным самоуправлением (ТОС), и именно в паре сообщество — ТОС нам виделся смысл исследований и наблюдений. Но затем возникло сомнение, приведшее к пониманию того, что соседское сообщество несводимо к ТОС и ТОС не обязательно является целью для соседского сообщества. Однако в России самая близкая жителям-соседям организация, чаще всего представляющая их интересы, — это ТОС и все его разновидности, включая уличные и домовые комитеты, советы дворов или многоквартирных домов (МКД).

Примерами ТОСов — соседских центров в регионах много — Елена Шомина приводит примеры Перми и Кирова. Так, комитет ТОС микрорайона Судозаводский Перми 20 лет назад создал для жителей новостроек «Литературную гостиную», издательский дом «Пегасик», собственную футбольную команду. Всесторонняя поддержка своих жителей, создание локальной коммуникации — основная задача такого центра. Больше



Изучение материалов истории шаболовского кластера

всего потенциал ТОСов как комьюнити-центров реализован в небольших поселениях, так например в деревне на 70 человек Архангельской области, на базе ТОС «Белое озерко» создан культурный центр, музей, фитнес зал, кулинарная мастерская и гостиная, участники ТОС отремонтировали дорогу, поставили памятник воинам Великой отечественной войны и т. д. ТОС стал не просто комьюнити-центром, а полностью выполняет весь функционал управления и развития территории. И таких примеров все больше. Чего не скажешь о фондах местного сообщества.

Фонды местного сообщества считают вершиной пути комьюнити-центра многие эксперты в сфере социальной урбанистики и развития гражданского общества. Например, при анализе описанных нами в главе 4 Центров активных людей (ЦАЛ), получивших широкое распространение сначала в Нижнем Новгороде, затем в ряде других городов России, Директор фонда местного сообщества Пензы «Гражданский Союз» Олег Шарипков пишет: «Попутно выяснилось, что технология организации ЦАЛ, к сожалению, не является самовоспроизводимой и самоподдерживаемой, — для продолжения активной деятельности ЦАЛа крайне необходимо внешнее сопровождение и финансирование.

В случае с активно работающими ЦАЛами в Пензе это происходит либо за счет собственных средств от предпринимательской деятельности, как в фонде «Милосердие и здоровье», либо за счет средств учредителя, как в «чистом» ЦАЛе, либо за счет членских взносов, как в ассоциации «Гражданский контроль».

Мы рассматриваем ЦАЛы как прообраз фондов местных сообществ на территории, и создавать такие структуры в районных центрах области было бы правильно и полезно, поскольку там нет ни сильных НКО, ни развитых муниципальных учреждений. Создание ЦАЛов в сельской местности возможно на базе школ и библиотек, учреждений культуры при поддержке фонда местного сообщества на основе открытого конкурса.

По такому пути пошли в Пермском крае, где фонд местного сообщества «Содействие» занимается именно созданием таких сельских «фондов», которые по сути являются ЦАЛами и в дальнейшем, возможно, станут настоящими фондами со всеми присущими им чертами, которые будут заниматься поиском и распределением средств, проведением конкурсов, ведением системной работы по развитию сообщества и территории. Потому что ЦАЛы — это, прежде всего, системная работа поддерживающей организации и активные люди на местах.

Таким образом, Олег Шарипков подчеркивает с одной стороны высокое значение и эффективность модели ЦАЛ, а с другой стороны, отмечает ее потенциал как прототипа Фонда местного сообщества, основными чертами которого, как отмечает Олег, являются поиск и распределение средств, грантовые конкурсы, другие форматы системной работы по развитию местных сообществ и их территории.

В силу уверенности, что в городах будущего именно фонды местного сообщества станут основной формой развития комьюнити-центров, остановимся на этой модели подробнее и предоставим краткий обзор ФМС от директора фонда целевого капитала (про это мы скажем чуть позже) Вячеслава Гудалина.

В основном, «миссия Фонда местного сообщества совпадает с миссией классического комьюнити-центра: улучшении жизни всего сообщества, поэтому его деятельность, как правило, направлена на решение проблем, наиболее актуальных для сообщества. Эффективным инструментом реализации миссии является финансирование проектов с помощью открытых грантовых конкурсов, в рамках которых авторитетный для сообщества экспертный совет отбирает наиболее качественные и актуальные инициативы местных жителей и социально ориентированных некоммерческих организаций. Фонд местного сообщества фокусирует свою деятельность на географически определенной территории местного сообщества (от англ. community foundation). ФМС ассоциируется с определенным типом некоммерческой организации, работающей с местным сообществом, объединяющей жителей стремлением улучшить то место, где они живут. ФМС работают как в мегаполисах, небольших городах в 15 тыс. населения, так и в сельских поселениях».

Интересно, что фонды местного сообщества все-таки чаще можно встретить в средних и малых городах, а в Москве фонд местного сообщества Московский благотворительный резерв (МБР), хотя и был учрежден сразу тремя ресурсоемкими организациями — CAF Russia, Ассоциацией российских банков (АРБ) и Правительством Москвы, в полном масштабе функционала фонда смог отработать только один год, в 2002 г., обеспечив привлечение ресурсов на конкурс локальных социальных проектов местных жителей, проведя курс обучения инициативных групп жителей с одной стороны социальному проектированию, с другой — методам информационной работы с жителями и СМИ и проведя конкурсов социальных проектов «Москва 2002». Через 15 лет часть специалистов команды МБР года объединилась в программе «Города Будущего» вокруг мечты о создании и в Москве, учитывающего всю местную специфику, фонда местного сообщества, и постепенно мечта приобретает черты проектной перспективной идеи реальности.

Сточки зрения финансовой устойчивости у ФМС несколько секретных инструментов.

Во-первых, это сама конструкция фонда — как правило, фонд объединяет ключевых заинтересованных участников развития территории, а значит, и градообразующие предприятия, финансовые организации, ключевые и авторитетные СО НКО, часто органы местного самоуправления. Такой союз позволяет выдерживать баланс интересов и объединять разные ресурсы.

Но еще более перспективным является второй инструмент — возможность формирования постоянный и неприкосновенный капитал (endowment). Еще раз используем фрагмент описания целевого капитала от Вячеслава Гудалина: целевой капитал — совокупность средств, собираемая фондом и инвестированная на финансовом рынке с целью получения дохода для использования в благотворительных целях. Получение дохода с капитала — единственный вид коммерческой деятельности, которой может заниматься фонд. Создание Endowment («вечный капитал») на сегодняшний день является прогрессивной формой ведения благотворительной деятельности, так как капитал дает возможность решать долгосрочные задачи, фокусироваться на развитии сообщества и поднимать проблемы, не всегда привлекательные для доноров и для государства, но чрезвычайно важные для сообщества. Форма «endowment» очень удобна и для власти, так как пассивную прибыль от инвестиций и ее расходование гораздо легче проверить, чем одноразовые поступления.

Нужно добавить, что путь к Фонду местного сообщества и целевому капиталу — это следующая история, к счастью, уже описанная нашими друзьями и коллегами, поэтому рекомендуем вышедшую в августе 2017 г. книгу «27 советов по созданию ЦК», а также более ранние описания специфики ФМС — книгу «Фонды местного сообщества», под редакцией Вадима Самородова.

Источники:

- Елена Шомина, «Соседские центры как элемент инфраструктуры соседского сообщества»
- «ОтЛИЧНЫЕ практики Участие населения в решении локальных проблем и развитии территорий»: Нижний Новгород 2012
- Вячеслав Гудалин, аналитическая записка об условиях создания ФЦК
- Сайт: https://www.nn.ru/news/more/kommersanty_s_rozhdestvenskoy_obedinilis_ chtoby_vdokhnut_v_nee_zhizn/50616341/
- Лучшие практики ТОС на сайте «Муниципал»: <http://municipal-sd.ru/?q=node/511>
- Обзор Технологии и практики развития городских сообществ Вячеслав Бахмин <https://komitetgi.ru/analytics/3177/>
- www.cs-network.ru - портал движения ОАИ
- http://www.kccp.ru/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=50&Itemid=66&lang=ru — сайт Красноярской общественной организации «Сотрудничество на местном уровне»

ГЛАВА 8

КОМЬЮНИТИ-ЦЕНТРЫ И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ГОРОДОВ БУДУЩЕГО

Зачем издана эта книга?

Просто мы видим будущее — не как провидцы или предсказатели, а как визионеры и источник возможных альтернатив развития социальной экономики, развития жизни на территории.

Поэтому наша программа «Города Будущего» направлена на поддержку и развитие проектов в трех направлениях

1. Центры «Городов Будущего». Это построение горожаноориентированных поселений — городов, сел, деревень, где каждый житель знает, что он обладает возможностями саморазвития, самозанятости, самоуправления — через комьюнити-центры в самых разных формах. Где жители определяют векторы развития жизни на территории, а власть — выполняет функции исполнительной власти — в прямом смысле исполняя решения местного самоуправления и жителей, с которыми в этом случае надо коммуницировать, согласовывать, договариваться. Комьюнити-центры, по нашему мнению, могут появиться в шаговой доступности от каждого жителя страны и дать начало массового развития социальной экономики — с такими ее элементами как некоммерческие организации, социальные предприниматели, добровольчество и т. д., обеспечивая социализацию, самореализацию потенциала и интересов каждого жителя.

2. Профессии «Городов Будущего». Раз города будущего меняются, меняется и запрос на профессии. Уже сейчас понятно, что городам потребуются новые, пока уникальные профессии — комьюнити-менеджеров, менеджеров фондов местного сообщества, грант-мейкеры местного сообщества и т. д. Пока одни пытаются зафиксировать стандарты современных профессий, другие открывают новые профессии — в архитектуре (где нужны общественные пространства, города и здания, как органичная часть природной среды, с преимуществом малоэтажной застройки), в строительстве (новые материалы, технологии, энергосбережение и энергогенерация, учет циклов переработки отходов города), в урбанистике (городаноориентированность, гармонизация частного, коммерческого и общественного транспорта, ликвидация визуального мусора и навигационные, инклюзивные среды, полная сортировка и переработка бытового и промышленного мусора и т. д.). Благодаря программе мы в 2017 г., вместе с Общественным Советом при Минстрое России открыли программу популяризации профессий «Я — строитель будущего!» и планируем расширять это направление.

3. Среда «Городов Будущего». И еще один важный элемент будущего — это среда обитания. Она точно не про бетонные джунгли. Это города, создаваемые, как умные города, создаваемые на основе инклюзии и доступной среды, наполненные оздоровительными практиками, где вдоль улиц бегут небольшие чистые реки, ежегодно удваивается количество зелени, деревьев, садов, парков и скверов, в каждом микрорайоне есть свой, всегда открытый комьюнити-центр, распространено городское огородничество, а люди сами могут получать и продавать электроэнергию, нет бетонных заборов, зато есть зоны отдыха на крышах, нет платных парковок на улицах — так как достаточно касетных и подземных парковок, нет автомобилей, загрязняющих город (ведь есть электроавтомобили, ну в крайнем случае, использующие газ), зато много пешеходных зон, зон общественного транспорта, шеринг-станций (различных видов транспортных и других ресурсов), нет отдельно стоящих рекламных конструкций, но много социальной рекламы, как инструмента решения социальных проблем, а не пропаганды и т. д.

Как и когда это будет? Во многих странах эти элементы уже существуют, в большей или меньшей степени. Москва, особенно после реконструкции 2017 г. дистанцируется от этого движения, особенно с точки зрения управления энергией, отходами, ливневой канализацией, созданием безбарьерной среды и парковок без эвакуаторов, отсутствием доступа жителей к управлению своей территорией и городской навигации. Но постепенно появляются новые элементы — в шеринге, в появлении независимых комьюнити и соседских центров, в отношении к общественному транспорту уже есть изменения, и возможно, это начало пути уже необратимо.

Мы планируем развивать программу с учетом текущей социально-экономической ситуации. Один из ключевых вопросов — рост различия в доходах и возможностях различных групп жителей. Статистика говорит, что 10 % наиболее успешных в финансовом отношении резидентов страны получают в 14,5 раз больше 10 % самых бедных. Это особенно показательно для Москвы. Люди с низким доходом имеют ограниченные возможности для изменения ситуации в лучшую сторону и улучшения качества жизни.

Кроме того, экономические условия создают риски и социальную напряженность, обеспокоенность текущим финансовым положением даже тех, кто находится выше черты бедности. Все больше жителей рискуют оказаться в ситуации банковских, ипотечных, кредитных задолженностей, неэффективного использования семейного бюджета. Подавляющее большинство взрослых не получают практического финансового образования, кроме коммерческой рекламы банковских услуг и продуктов.

Позиция программы «Города Будущего», в том, что развитие предпринимательских навыков и знаний жителей, участие в программах финансовой грамотности и управления территориями, развитие нового ремесленничества, «монетизация хобби» может стать способом изменить свое финансовое положение.

К 2017 г. в Москве функционируют несколько комьюнити или соседских центров. Каждый из них подтверждает — центры могут играть важную роль и стать отличным источником помощи различным социальным группам (в т. ч. безработным, инвалидам, пенсионеры, одиноким родителям или многодетным семьям). Позволяют получить

новые возможности для самореализации, занятости, дополнительные источники для повышения своей социальной и экономической активности за счет получения знаний, навыков, рабочих пространств и т. д. Финансовое, и другие формы образования, развитие предпринимательских навыков и возможностей для самостоятельной занятости (в т. ч. и добровольчества), принципиально меняют жизнь горожан.

Целью проекта является создание условий для расширения возможностей различных групп людей (с низким доходом или ограничениями в поиске работы / самозанятости / занятости) для улучшения их благосостояния путем развития их предпринимательских навыков, увеличения их финансовых возможностей, создания возможностей для самостоятельной занятости на базе комьюнити-центров в Москве.

Проект ориентирован на развитие параллельных мероприятий на базе центров:

1. Организация и проведение образовательных программ по экономическому росту и финансовой грамотности местных жителей и экспертов, которые объединят местных жителей с общими интересами на базе комьюнити и соседских центров.

2. Создание условий для совместной деятельности местного населения по развитию социальных услуг и микро-бизнеса (где новые знания будут применены в небольших социальных, социально предпринимательских проектах и микро-бизнесах).

Мы планируем создать интернет-ресурс и карты сообществ, чтобы поддержать и увеличить число городских инициатив, планируем подготовить (или поддержать действующие) мобильные приложения для смартфонов, выполняющие сервисные функции для комьюнити-центров и городских сообществ: совместное использование разных предметов и оборудования, совместные покупки и анонсы событий, содержащих информацию о работе общинных центров и существующих возможностях местных территорий, поиск партнеров для проектов и т. д.

Основываясь на опыте работы в Москве в 2016–2017 гг., планируется организация тематических курсов и встреч с жителями по вопросам сбережений в домашнем хозяйстве, финансовой грамотности и управлении семейным бюджетом.

Местные жители, которые уже имеют такой опыт, смогут поделиться своими знаниями с другими. Этот принцип обучения основан на поддержке устремлений людей к обмену накопленным опытом (подготовка будет охватывать темы, имеющие отношение к каждому жителю, испытывающему финансовые трудности, например, как правильно распределить семейный бюджет, как сэкономить на жилье, как выбрать продукты, как правильно питаться, как сделать эффективный ремонт и т. д.

В то же время в ходе реализации образовательной программы могут формироваться группы жителей, которые могут сэкономить свой бюджет на принципах совместного использования — совместные закупки, фудшеринг, обмен одеждой, совместное использование какого-либо оборудования и т. д.

Темы, связанные с финансовой грамотностью, такие как кредитование, использование банковских продуктов, открытие депозитов, будут исследоваться отдельно.

Обучение по этим темам будет способствовать укреплению финансовой устойчивости семьи, снижению рисков задолженности, обучению получения прибыли от размещения средств на депозитах и т. д.

Такая работа также поможет подготовить потенциальных предпринимателей к запуску и запуску собственных бизнес и социальных идей. Поэтому параллельно планируется организация курсов предпринимательства на основе комьюнити-центров, включая развитие предпринимательских навыков, помощь в поиске идей для микробизнеса, обучение тому, как начать бизнес и получить субсидии, возможность объединения усилий членов сообщества для минимизации затрат и создания финансовой устойчивости.

Так мы видим свое будущее, которое тесно связано с развитием социальной экономики — инфраструктуры гражданского общества и инноваций, социально ориентированных организаций, добровольчества и социального предпринимательства, развития социальной рекламы и прямых долгосрочных коммуникаций между жителями и другими институтами управления и развития территорий.

Будущее начинается здесь.

Присоединяйтесь!



ПРИЛОЖЕНИЯ

Ключевые модели и технологии взаимодействия с местным сообществом на основе комьюнити-центра (по итогам проекта):

МУЗЕЙ АВАНГАРДА НА ШАБОЛОВКЕ

ШКОЛА ЭКСКУРСОВОДОВ «БАШНЯ»

ФЕСТИВАЛЬ «ОБМЕННИК»

БЕСПЛАТНЫЙ МИНИ-КУРС ДЛЯ ВРЕМЕННОЙ ЗАНЯТОСТИ РЯДОМ
С ДОМОМ

МИНИ-КУРСЫ ДЛЯ СЕЗОННОЙ САМОЗАНЯТОСТИ ЖИТЕЛЕЙ

МИНИ-КУРСЫ ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЗАНЯТОСТИ И ОТКРЫТИЯ
СВОЕГО ДЕЛА

СТАЖИРОВКА МОЛОДЫХ ЖИТЕЛЕЙ РАЙОНА
КАК СОЗДАНИЕ МИКРО-СООБЩЕСТВА

«СВОЯ ЛЕКЦИЯ»

ВОЛОНТЕРСКИЙ ЧЕТВЕРГ

ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ С МЕСТНЫМ СООБЩЕСТВОМ ДЛЯ КОМЬЮНИТИ-ЦЕНТРА

МУЗЕЙ АВАНГАРДА НА ШАБОЛОВКЕ

Автор: Александра Селиванова.

Проблема и цель применения: формирование культурного центра района, связанного с памятью места, локальной историей и воспоминаниями жителей. Цель — материализация, визуализация устной истории, «брендинг» территории, идентификация района, как значимого в историческом, архитектурном, символическом контекстах в масштабах города.

Целевая аудитория: местные жители (школьники-подростки, студенты, недавно поселившиеся активные молодые москвичи, старожилы района, семьи).

Описание технологии (необходимое время для запуска (реализации), последовательность действий, этапы, алгоритм): в пассивном режиме подготовка велась три года (сбор контактов, формирование лояльной аудитории вокруг галереи и библиотеки, формирование коллекции, поиск старожилов, сбор интервью и историй, поиск материалов в архивах и публикациях), в активном — три месяца. Первый этап — написание концепции музея, составление плана экспозиции. Второй этап — сбор экспонатов у дарителей, старожилов, поиск новых контактов. Третий этап — закупка оборудования и классификация, структурирование экспонатов, подбор графических материалов, разработка графического дизайна. Четвертый этап — написание текстов, экспликаций, редаKTура, перевод; подготовка зала. Пятый этап — оповещение СМИ, рассылка релизов, оповещение соседей; монтаж оборудования и экспонатов. Шестой этап — открытие в три ступени (с интервалом в три месяца): такое развитие позволило дорастить базу, собрать больше экспонатов, увеличить отклик СМИ и привлечь больше участников.

Что получилось: музей стал местом коммуникации между местным сообществом и «туристами», это теперь лицо района- информационный центр, который представляет идентичность Шаболовки. Поток посетителей стабильно идет, кто-то чтобы показать детям, кто-то — чтобы принести свои истории и экспонаты, кто-то живет в похожих домах но в другом районе Москвы и хочет сравнить, кто-то из любопытства. Заложенная в проект изменчивость (новые части экспозиции, распределенное в течение года открытие, заменяемые модули и свободные места в витринах) позволяет дополнять музей и делает его привлекательным для повторных визитов.

Условия применения (для каких сообществ, территорий, дополнительные условия, адаптируемость): формат такого музея может быть воспроизведен в любом районе Москвы, где есть хотя бы небольшой круг «краеведов» или старожилов. Необходимо небольшое «зерно», вокруг которого будет нарастать сообщество заинтересованных в музее людей.

Необходимые ресурсы (требования к команде, материальный ресурс, начальные вложения, поддерживающий ресурс — для продолжения и устойчивости): в команде обязательно должно



быть несколько местных жителей, готовых полноценно ежедневно быть включенными в процесс: налаживать связи, договариваться, знакомиться, собирать экспонаты, записывать истории. Важно участие социолога для записи интервью. Полезны контакты с местным бизнесом, учебными заведениями, музеями.

Как оценивается эффективность: основной критерий — востребованность. Посещаемость и частота упоминаний, интенсивность пополнения коллекции.

Стоимость внедрения: зависит от дизайн-проекта и закупаемого оборудования. Из обязательных частей — аудио оборудование / фоторамки с наушниками; плазма или проектор, стеллажи для хранения.

Ссылки:

- Сайт галереи «На Шаболовке»
- <http://www.nashabolovke-gallery.com/blank-ts10x>
- Сайт «Центра Авангарда»
- <http://avantgarde.center/museum>
- СМИ, статьи и интервью:
- <https://www.culture.ru/events/204032/otkritie-pervoy-chasti-muzeya-avangarda-na-shabolovke>
- <http://www.theartnewspaper.ru/posts/4666/>
- https://tvkultura.ru/article/show/article_id/178448/
- <http://tv.rbc.ru/archive/story/593830439a794746d58324e6>
- <http://www.theartnewspaper.ru/posts/4614/>
- <http://www.strelka.com/ru/magazine/2017/06/09/avantgarde-museum-im-moscow>
- <https://moslenta.ru/urbanistika/avangrad.htm>
- <http://gazeta-danilovsky-vestnik.ru/2017/06/08/31383/>



Школа экскурсоводов «Башня»

Авторы: Дарья Сорокина, Александра Селиванова.

Проблема и цель применения: вовлечение в жизнь района и активизация подростковой аудитории, передача профессиональных навыков, которые могут быть применены ими для заработка в том числе. Популяризация истории района, которая может транслироваться не внешними «экспертами», а изнутри, самими жителями, и наиболее активной и мобильной частью населения.

Целевая аудитория: подростки 11–16 лет (жители района и округа в первую очередь).

Описание технологии: время для запуска — месяц. Этапы: составление программы, приглашение педагогов и лекторов, закупка оборудования, пиар и оповещение местных жителей, запуск. Интенсив занял 5 дней и включал в себя ежедневно три блока: теория (основы экскурсионной работы, навыки сбора и обработки материала, построения маршрута, ораторское мастерство, техники показа и т. д.), экскурсии с известными экскурсоводами и краеведами (демонстрация разных типов экскурсий), практика — подготовка собственной экскурсии по району, обсуждение домашних заданий.

Что получилось: сформирована группа из 20 активных и очень увлеченных подростков, готовых и дальше исследовать район и заниматься экскурсионной деятельностью. Разработана экскурсия по району с участием 20 детей (каждый получил по одному зданию / территории / теме), которая в дальнейшем может повторяться.

Условия применения: отработанная в ходе интенсива программа может быть доработана и применяться повсеместно. Доказано, что дети этого возраста способны воспринять и освоить сложный и насыщенный материал, посвященный как истории конкретного места, так

и технологиям экскурсионной работы. Программа может быть расширена и приспособлена под другую плотность занятий (не каждый день, а еженедельно).

Необходимые ресурсы: для реализации проекта необходим куратор — опытный экскурсовод, лектор, способный подобрать других педагогов и гидов, вести частично блок теории и полностью — практику. Нужен координатор для поиска участников, выстраивания графика, общения с родителями детей и пр. Материальный ресурс, помимо экскурсионного оборудования (динамик, аудио оборудование, канцелярские предметы) должен включать гонорары лекторам.

Как оценивается эффективность: основной критерий — желание у участников интенсива продолжать работу вне Школы.

Стоимость внедрения: зависит от закупаемого оборудования. Стандартный гонорар (Москва) лектору, экскурсоводу — 2000–3000 руб.

Ссылки:

- <https://archi.ru/events/15019/shkola-ekskursovođa-bashnya>
- <http://gazeta-moy-rayon-donskoy.ru/2017/08/24/32283/>
- <http://vm.ru/news/411712.html>



ФЕСТИВАЛЬ «ОБМЕННИК»

Место: ДК «Делай сам(а)».

Проблема и цель применения: фестиваль поддерживает разумное потребление и развивает добрососедство, вовлекая жителей в новый формат активности, создавая условия для общения с соседями без спешки, узнать о концепции и возможностях комьюнити-центра, принять участие в обсуждении и создании программы следующих событий.

Аудитория: жители района (в данном случае приглашались жители Бутырского, Савеловского и Бегового районов, расположенных близко к ДК/ДС).

Описание технологии: в течение всей недели работает пространство обмена вещей. Можно сдать ненужную одежду, обувь, аксессуары, книги, картины, плакаты, фотографии, игры и игрушки, бытовые принадлежности, материалы для рукоделия, а также электронику, бытовую технику, парфюмерию, косметику, растения, вешалки. Вещи должны быть в хорошем состоянии, без пятен и следов. На открытии и закрытии фестиваля обменяться вещами можно с 14.00 до 20.00. В будние дни пункт работает с 17.00 до 21.00. Также в день открытия и закрытия можно приготовить блины и пообедать вместе с соседями на импровизированной «открытой кухне» комьюнити-центра, начинки для блинов можно приносить свои. Организаторы и гости расскажут о своих инициативах и обсудят идеи новых событий. Для вовлечения участников в более широкий круг активностей в эти же дни работает общественная швейная мастерская. Здесь можно переделать для себя одежду, найденную на «Обменнике», или починить свои вещи. В мастерской предоставят швейную машинку, нитки, иголки и инструменты для работы с аксессуарами.

Фоном в течение всего фестиваля на экране/стене идет трансляция немного кино (чтобы не мешать общению), дающая возможность, например, занять детей. В рамках фестиваля также



можно включать показы и обсуждения тематических фильмов (документальных и художественных), а также встречи со специалистами.

В случае планов сделать такой фестиваль постоянным, рекомендуется дать возможность обмениваться также другими ресурсами — временем (вплоть до технологии «банк времени»), навыками и т. д., в том числе, тем, где есть «вакансии» комьюнити-центра — работа кафе, волонтерство по различным социальным проектам и т. д. Для этого печатаются флаеры: нужна помощь/готов помочь, а также размещается анонс с вакансиями центра.

Результаты: простой и понятный повод для знакомства и общения, для поиска общих интересов и согласования будущих проектных идей, для прямой поддержки нуждающихся — как материальной, так и в части экономии затрат на ремонт и обновление вещей.

Где реализовано: ДК «Делай сам(а)» реализовало проект в феврале 2017 года в рамках программы «Города Будущего».

Условия применения: свободный доступ на территорию, место для демонстрации вещей (много полок, вешалок, столов), место для импровизированного кафе, место для обсуждений, условия для занятия детей, бесплатные базовые элементы гостеприимства вода/чай/туалет, дополнительные активности в рамках деятельности комьюнити-центра, анализ и демонстрация «вакансий для обмена» в комьюнити-центре.

Необходимые ресурсы: комьюнити-центр, возможность проведения информационных кампаний и/или локальных сообществ / групп, через которые можно оперативно, без затратной рекламы, информировать жителей, оборудование.

Результаты: обеспечение вовлечения и знакомства местных жителей, продвижение осознанного потребления, предоставление возможностей для добровольчества на базе комьюнити-центра, обеспечение нуждающихся в одежде и вещах.

Отзывы/вопросы экспертов, участников: «по сути это фри-маркет (в рамках фестиваля)», «куда потом оставшиеся вещи? — в благотворительные магазины и проекты переработки».

Ссылки:

- АСИ: <https://www.asi.org.ru/news/2017/02/09/festival-obmennik/>
- Recyclemag: <http://recyclemag.ru/news/festival-obmena-nenuzhnyimi-veshhami-proydet-v-moskve>





БЕСПЛАТНЫЙ МИНИ-КУРС ДЛЯ ВРЕМЕННОЙ ЗАНЯТОСТИ РЯДОМ С ДОМОМ

Автор: соседский центр «Города Будущего — Лефортово».

Проблема и цель применения: создание условий для временной занятости для жителей шаговой доступности вокруг комьюнити-центра.

Аудитория: жители района, нуждающиеся во временной занятости.

Описание технологии: 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-курса (3–5 часов в течение 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.

Где реализовано: 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.

Условия применения: идеально для территорий, где существует локальное частное и малое производство, мануфактуры или цеха и комьюнити-центр, выступающий в роли организатора мини-курса.

Необходимые ресурсы: 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.

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.

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

Ссылки:

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

МИНИ-КУРСЫ ДЛЯ СЕЗОННОЙ САМОЗАНЯТОСТИ ЖИТЕЛЕЙ (НА ПРИМЕРЕ МИНИ-КУРСА КАЛЛИГРАФИИ):

Автор: соседский центр «Города Будущего — Лефортово».

Проблема и цель применения: создание условий для сезонной самозанятости для жителей на базе комьюнити-центра/соседского центра.

Благополучатели: жители района, желающие получать дополнительный доход от сезонной самозанятости.

Описание технологии: комьюнити-центр/соседский центр приглашает квалифицированного специалиста-практика для проведения мини-курса (3–5 часов в течение 3–5 дней) по освоению навыков работы, не требующих специального обучения. 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.

Где реализовано: такой мини-курс был проведен в главном зале соседского центра «Города будущего — Лефортово», оборудованного столами, стульями и хорошим освещением. В течение трех дней участники мини-курса осваивали мастерство современной каллиграфии — учились писать итальянским курсивом и брашпенем 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.

Условия применения: идеально для территорий, где существует комьюнити-центр/соседский центр, выступающий в роли организатора мини-курса.

Необходимые ресурсы: комьюнити-центр / соседский центр, возможность проведения информационных кампаний и / или локальных сообществ / групп, через которые можно оперативно, без затратной рекламы, проводить набор участников курса.

Результаты: приобретенные трудовые навыки у местных жителей, которые, при желании, они могут реализовать в форме сезонной самозанятости, расширение круга профессиональных интересов у жителей.

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

Ссылки:

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

Мини-курсы для дополнительной занятости и открытия своего дела

Автор: Соседский центр «Города Будущего — Лефортово».

Проблема и цель применения: создание условий для дополнительной занятости для жителей в шаговой доступности на базе коворкинга/комьюнити-центра/соседского центра.

Благополучатели: жители района, нуждающиеся во временной/дополнительной занятости, рабочем месте, новой работе рядом с домом.

Описание технологии: комьюнити-центр/соседский центр проводит анализ расположенных на территории района предприятий, мастерских, цехов, коворкингов (в данном случае — резидентов, арендующих помещения на территории бывшего завода «Кристалл») и согласовывает возможность проведения мини-курса (3–5 часов в течение 3–5 дней) по освоению навыков работы, не требующих специального обучения, которые затем можно выполнять в качестве резидента коворкинга или используя (арендуя) оборудование/пространства центра и партнеров.

Ключевой элемент технологии — 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 т. д.). Коворкинг получает вероятность появления новых резидентов (начиная с выполнения первого заказа).



Где реализовано: 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, была обеспечена активная деятельность участников в обучении и прохождении курса до конца. Три выпускника остались работать в коворкинг-центре.

Условия применения: идеально для территорий, где существует локальное частное и малое производство, мануфактуры или цеха и комьюнити-центр / соседский центр, выступающий в роли организатора мини-курса.

Необходимые ресурсы: комьюнити-центр/соседский центр, локальный малый бизнес, наличие времени, места и элементов производственного процесса в рамках производственного цикла бизнеса, возможность проведения информационных кампаний и/или локальных сообществ/групп, через которые можно оперативно, без затратной рекламы, проводить набор участников курса.

Наличие у организаторов навыков по привлечению заказов.

Результаты: обучение местных жителей новым профессиональным навыкам, обеспечение временной/дополнительной занятости местных жителей, создание новых рабочих мест, поддержка местного коворкинга.

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

Ссылки:

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



СТАЖИРОВКА МОЛОДЫХ ЖИТЕЛЕЙ РАЙОНА КАК СОЗДАНИЕ МИКРО-СООБЩЕСТВА

Автор: фонд «Второе дыхание».

Цель применения: предоставить подросткам возможность получить опыт реальной работы в различных направлениях, таких как: продажи, складское дело, сфера рекламы и медиа, работа с документацией, организация мероприятий и т. д.; привлечь молодежь к волонтерской деятельности и показать ее важность; показать изнутри, как устроена жизнь взрослого рабочего коллектива, а также научить самих ребят базовым навыкам работы в команде; сформировать мини-сообщество на базе своей организации, а также сети своих благотворительных магазинов Charity Shop.

Целевая аудитория: подростки из малоимущих семей, проживающих в Северо-Восточном административном округе Москвы в возрасте 14–19 лет.

Описание технологии и результаты: подбор участников проводился следующим образом: объявления о наборе на программу были расклеены в школах и средне-специальных учебных заведениях округа; также фонд привлек к сотрудничеству местный Центр поддержки семьи и детства, согласившийся распространить информацию о программе среди своих подопечных и их родителей. Параллельно был дан анонс программы стажировки в тематических и районных интернет-сообществах. По результатам ряда собеседований набралась группа участников, состоявшая из восемнадцати молодых людей. Стажеры на протяжении всей программы посетили ряд встреч, мастер-классов и профориентационных лекций от специалистов из различных областей деятельности. Для них также был организован десяток экскурсий





в офисы и на производства крупных компаний. Партнерами фонда в этом направлении выступили такие гиганты как: «Mars», «Renault», «Leroy Merlin», а также «Технопарк “Сколково”», газета «Ведомости» и медиахолдинг «Rambler&Co».

Как в течение короткого периода времени сформировать из группы незнакомых друг с другом ранее молодых людей с очень разным кругом общения отдельное уникальное мини-сообщество — дружный коллектив, в котором каждый понимал бы друг друга? Ответ: организованная работа с группой, психологические тренинги и сплочение людей при помощи общего дела.



Итак, помимо общей для всех стажеров работы в благотворительных магазинах и на складе фонда и посещения экскурсий, ребята получили ряд проектных творческих заданий. Например, организация полноценной съемки лукбука для Charity Shop — начиная с разработки концепции с нуля, подбора образов и места съемки и заканчивая поисками фотографа, стилиста и визажиста, готовых на волонтерских началах принять участие в проекте.

Другая группа ребят к концу стажировки вызвалась создать свой уникальный youtube-канал под руководством PR-директора фонда, с чем в результате успешно справилась и планирует продолжать работать над ним и в дальнейшем (разумеется, уже вне рамок стажировки).

Организаторы проводили еженедельные собрания, на которых каждый из стажеров имел возможность в неформальной обстановке поделиться своими впечатлениями от прошедшей недели.

Стажеры завели себе общий неформальный чат, в котором общались на разнообразные темы, не обязательно имеющие отношение к стажировке, организовывали собственную внепрограммную активность, генерировали локальные мемы (в основном, о себе и руководителях стажировки), понятные только участникам чата.

Один из основных пунктов стажировки — проведение ряда психологических тренингов, участники ближе познакомились с понятием надпрофессиональных навыков: через теорию и практику начали прорабатывать собственные навыки самопрезентации и коммуникации, начали развивать эмоциональный интеллект и творческое мышление, научились саморегуляции и вхождению в ресурсные состояния.

В результате групповой работы участники установили высокую степень общности, сформировали более устойчивые межличностные отношения и создали позитивную эмоциональную основу, необходимую для продуктивного взаимодействия.



«СВОЯ ЛЕКЦИЯ»

Автор: центр «Благосфера», Москва.

Проблема и цель применения: чаще всего под социальной активностью и благотворительностью понимают своего рода «гражданский подвиг» (подняться на защиту чего-либо, спасти кого-то / чего-то) и благотворительные пожертвования. Задача этой технологии — расширить число доступных форматов для проявления социальной активности. Вовлечь местных жителей в такую форму социальной активности как обмен знаниями, поддержать личную инициативу активных граждан, а также способствовать передаче социального опыта. Сформировать вокруг общественного центра сообщество образованных и социально активных жителей.

Целевая аудитория: Образованные (как правило с в/о), имеющие определенный социальный опыт, обладающие знаниями в области социальной сферы, благотворительности, культуры, науки жители округа.

Описание технологии: время для запуска — 1,5–2 месяца.

Этапы: 1. Формирование условий (место для проведения лекций — кол-во посадочных мест может варьироваться в зависимости от возможности площадки, оборудование — проектор, экран, микрофон, камера для интернет-трансляции, выход в интернет).

2. (возможно параллельно с 1-м этапом) Продумывание условий участия в проекте, составление вариантов анонсов (Например: Поделись своими знаниями и опытом — стань лектором! Ты можешь стать участником проекта «Своя лекция», если готов поделиться своими знаниями и опытом на темы социальной активности, благотворительности, культуры с горожанами. Для этого нужно обратиться с заявкой в наш центр и обеспечить 15 заинтересованных слушателей — других позовем мы. А также обеспечим информационную и организационную поддержку. Пишите на такой-то адрес).

3. Активное информирование: составление списка каналов распространения информации для местных жителей и распространение приглашений, сбор заявок.

4. Активное анонсирование первых лекций, регистрация участников через открытый сервис.

5. Проведение лекций с интернет-трансляциями, активная поддержка в соцсетях.

Что получилось: постоянно действующий лекторий на самые разные темы силами местных жителей, постоянный приток новых аудиторий, в зависимости от темы лекции, и формирование ядра заинтересованных лекторов (как правило, те, кто один раз успешно прочитал лекцию, приходят с новыми идеями и читают по 3–4 лекции). Формирование сообщества социально активных жителей вокруг центра. Налаженные связи с местными СМИ и сообществами в соцсетях, которые заинтересованы в публикации такой информации.

Условия применения: возможно тематическое ограничение для лекций. Рекомендуем соблюдать обязательное условие для лекторов — обеспечение минимальной аудитории, это повышает вовлеченность и гарантирует хотя бы минимальный эффект вовлеченности новых сообществ. Также рекомендуем использовать открытые сервисы типа TimePad для регистрации участников событий.

Необходимые ресурсы: 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.

Обязательно наличие площадки с возможностью организации интернет-трансляции.

Как оценивается эффективность: положительная динамика увеличения количества запросов на прочтение лекции, «возвратность» лекторов и аудитории, большая лояльность местных жителей к центру и повышение их заинтересованности площадкой.

Стоимость внедрения: зависит от стоимости необходимого оборудования. Плюс оплата труда pr-специалиста.

Ссылки:

Анонсы:

- <https://blagosfera.timepad.ru/event/567892/>
- <http://golovinskiyvesti.ru/v-tsentre-blagosfera-na-severe-stolitsy-rasskazhut-o-terapevicheskom-effekte-psihodramy/>
- <http://molzhaninovskiyvesti.ru/v-tsentre-blagosfera-severnogo-okruga-prochtut-lektsiyu-o-trollinge/>
- <http://moscow.carpediem.cd/events/4569201-svoya-lekciya-most-ot-sebya-k-sebe-at-blagosfera/>
- <https://gorodzovet.ru/ev/moskva/5863012/svoya-lektsiya-kirilla-cheuzova-poleznyie-puteshestviya>
- <https://msk.citifox.ru/event/lekciya-poleznye-puteshestviya/>
- <http://posta-magazine.ru/lifestyle/lecture-me-16-01-17>

Статьи:

- <https://www.asi.org.ru/news/2017/06/28/svoya-lektsiya-blagosfera-razrushennye-hramy/>
- <http://money.prichod.ru/26372/>

ВОЛОНТЕРСКИЙ ЧЕТВЕРГ

Автор: центр «Благосфера», Благотворительный фонд «Старость в радость».

Проблема и цель применения: 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.

Описание технологии: Время для запуска — 1 месяц.

Этапы: 1. 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);

2. составление базовых программ встреч (знакомство, рассказ о деятельности НКО, тренинг или мастер-класс для волонтеров), выбор дня и периодичности проведения встреч;

3. Подготовка анонсов, афиш.

4. Активное информирование для местных жителей, регистрация.

5. Сбор обратной связи после встреч.

Что получилось: 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.

Условия применения: 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.

Необходимые ресурсы: 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.

Как оценивается эффективность: положительная динамика увеличения количества участников волонтерских четвергов, возвратность аудитории, сколько стало волонтерами.

Ссылки:

- <http://sao.mos.ru/announcements/detail/4839542.html>
- <https://www.asi.org.ru/event/2017/03/01/vstreachaznakom>
- <https://starikam.org/news/priglashaem-na-volontyorskuyu-vstrechu-28-sentyabrya>
- http://saomos.news/news/society/starost_v_radost_blagotvoritelnyy_fond_provel_vstrechu_s_volonterami

СТРУКТУРА МОДЕЛИ КОМЬЮНИТИ-ЦЕНТРА

1. Основатели

2. История

3. Описание:

- Позиционирование и целевые аудитории (на кого рассчитано).
- Принципы работы (озвученные и на уровне понимания сотрудниками).
- Цель / задачи.
- Форма собственности (или их сочетание).
- Форма управления центром (если есть).
- Условия аренды.
- Площадь помещения.
- Зонирование пространства (какие локации / функционал).
- Оборудование, доступное для жителей (условия).
- Возможности/варианты вовлечения местных жителей.
- Варианты повышения экономической активности / финансовой грамотности жителей (обмен опытом, мастер-классы, семинары, курсы, программы, акселераторы).
- Варианты создания рабочих мест для жителей / социально-незащищенных граждан.
- Монетизация центра.
- Варианты партнерства (и основные партнеры).

Показатели эффективности работы

Планы развития центра

Дополнительные блоки:

- Предоставляемые услуги (востребованы / не востребованы).
- Товары (успешно / не успешно).
- Проекты развития.
- Инструменты работы / вовлечения местных жителей (описание / эффективность).



Архангельский Центр социальных технологий «Гарант»

Как создать НКО?

Как управлять некоммерческой организацией?

Как правильно вести бухгалтерский учет?

Как оформить сотрудников и привлеченных специалистов?

Как разработать социальный проект?

Где найти партнеров и ресурсы?

Как привлечь и удержать добровольцев?

Где узнать о грантовых конкурсах и новых возможностях?

Как правильно управлять проектом и подготовить отчет?

Как рассказать о себе и своей деятельности?

**Ресурсный Центр для НКО при Архангельском Центре
социальных технологий «Гарант» поможет найти ответы
на эти и другие вопросы.**

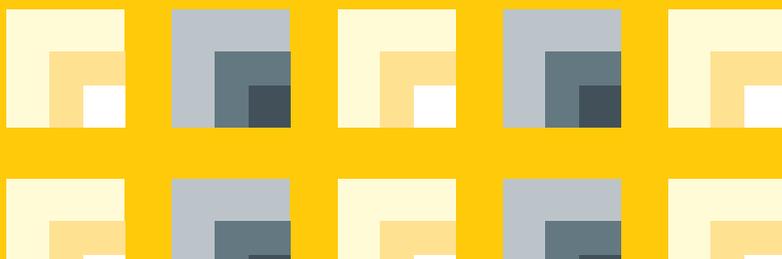
Ждем вас в рабочие дни с 10 до 17.30 часов по адресу:

г. Архангельск, ул Попова 18, 1 подъезд, 4 этаж

телефон/факс: 8 (8182) 20-65-10

эл. адрес: garant@ngo-garant.ru

www.ngogarant.ru



ЦЕНТРЫ ГОРОДОВ БУДУЩЕГО

ЦЕНТР БЛАГОСФЕРА
BLAGOSFERA.SPACE

ЦЕНТР АВАНГАРДА
НА ШАБЛОВКЕ
AVANTGARDE.CENTER

CHARITY SHOP
CHARITY-SHOP.RU

ВПИШИ СЮДА
СВОЙ
КОМЬЮНИТИ-ЦЕНТР!

КОМЬЮНИТИ-ЦЕНТР
НА КРИСТАЛЛЕ
GOO.GL/NDRPQQ

СКОРО БУДУТ ЕЩЕ!
НА САЙТЕ
CITYOFTHEFUTURE.RU

ДУМАЕТЕ О СОЗДАНИИ
ПЛОЩАДКИ ГОРОДСКОГО
РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА,
СО НКО, САМОЗАНЯТОСТИ?



cityofthefuture.ru

ПИШИТЕ НАМ:
VORGKOMITET@GMAIL.COM
МЫ ОБЪЕДИНЯЕМ

ГОРО
ДА
БУДУ
ЩЕГО



Общероссийский гражданский форум — это открытое саморазвивающееся сообщество общественных организаций, гражданских активистов и экспертов. Наша цель — модернизация России на основе универсальных ценностей гуманизма, прав и достоинства человека, доверия, сотрудничества и солидарности граждан.

Форум — это площадка для открытого и цивилизованного гражданского **ДИАЛОГА**.

Форум — это инструмент реализации принципа гражданской **СОЛИДАРНОСТИ**.

Форум олицетворяет собой принцип **ОТВЕТСТВЕННОСТИ** гражданского общества за судьбу страны.

Сообщество ОГФ насчитывает уже более 10 тысяч человек из всех регионов России.

Присоединяйся и ты!

WWW.CIVIL-FORUM.RU

 /CIVILFORUM
 /OGF_CIVILFORUM

КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ДОМ

ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ЛЮДЕЙ, СООБЩЕСТВ И ЭКОСИСТЕМ

ГОРОДСКАЯ ПЛОЩАДКА САМОРЕАЛИЗАЦИИ, КОММУНИКАЦИИ И СОЗИДАТЕЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Цели КОДА: преобразовать пространство города, страны, а также создать дополнительные возможности для взаимодействия, взаимоусиления и реализации социальных проектов, содействовать построению диалога общества, власти и бизнеса.

КОД создается и развивается носителями практик в открытом взаимодействии с городом, бизнесом и горожанами.

Проект реализуется при поддержке национальной инициативы «Живые города», со-авторы проекта — Павел Лукша, профессор практики, директор корпоративных образовательных программ Московской школы управления «Сколково», и Дмитрий Юмангулов, лидер движения Живые люди, эксперт в «Живые города».

Подробнее на сайте: livingkod.com

Присоединяйтесь к растущему национальному сообществу!
Живые люди — живые города!



Благотворительный фонд «ВТОРОЕ ДЫХАНИЕ»

bf-secondwind.ru

facebook.com/vtd.fond

Фонд помощи людям в сложной жизненной ситуации «Второе дыхание» принимает ненужную одежду у горожан и распределяет её на повторное использование или переработку:

- актуальная одежда в идеальном состоянии продаётся в благотворительных магазинах фонда Charity Shop, а вся выручка идёт на развитие социальных проектов фонда;
- одежда в хорошем состоянии отправляется нуждающимся семьям в регионы;
- порванная, устаревшая и потертая одежда отправляется на переработку в Ивановскую и Архангельскую области.



Хотите установить в свой офис контейнер для сбора одежды? Пишите нам на info@bf-secondwind.ru



Помимо этого, фонд занимается трудоустройством людей из социально незащищенных групп (выпускники детских домов, молодежь с инвалидностью, бездомные, люди с криминальным прошлым и психическими заболеваниями).

Благотворительный фонд «Творческое объединение «Круг»»



МАСТЕР-КЛАССЫ И ТИМБИЛДИНГИ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ВЗРОСЛЫХ

Москва 2017 г.

1



ТОК – это керамическое производство, в котором активно задействован труд инвалидов с двойным сенсорным нарушением (слепоглухих).

-Рабочие места для 20 инвалидов

Слепоглухи трудятся бок о бок со зрячедельщиками



ТОК – это социальная гостиница (арендованная квартира) в шаговой доступности от мастерской, в которой ночует, в настоящее время, до 10 сотрудников с инвалидностью.

Гостиница – важная инфраструктурная составляющая проекта, выполняющая также функции площадки для бытовой и социальной адаптации подопечных фонда, отработки модели сопровождаемого проживания инвалидов.



Инклюзивные корпоративные мастер-классы и тимбилдинги



Наша мастерская – одна из самых больших в городе, поэтому мы можем вместить одновременно до 20 человек, желающих поработать на гончарном круге, слепить своими руками эксклюзивную посуду и тут же, не сходя с места, расписать ее. Нет ничего более увлекательного и способствующего формированию команды – чем совместный труд. Особенно, если в нем участвует слепоглухой Михаил со своей верной спутницей Кэсси, собакой-поводырем. С некоторых пор они стали настоящим лицом ТОКА.



Мастер-класс для школьников



Мастер-класс для школьников может проводиться в формате экскурсии на производство с рассказом о том, как из куска глины создаются прекрасные керамические изделия. Работа проходит по мастерской, видят все стадии обработки глиняного изделия, а затем сами могут попробовать создать вполне утилитарный предмет, который мы впоследствии обжигаем, глазуруем и передаем авторам изделий.

Важной составляющей экскурсии становится также разговор об инвалидности и о людях с ОВЗ, которые работают в нашей мастерской. Показываем некоторые жесты и знакомим с тактильной азбукой глухих. «Вишенкой на торте» становится хобби с завязанными глазами в сопровождении собаки-поводыря. Это, неизменно оставляет большое впечатление.



Мастер-класс для школьников



Уроки понимания инвалидности могут проводиться непосредственно в школах, по приглашению родительских комитетов или администрации. Они проводятся с участием мотивационного спикера Михаила Ильиных и его верной помощницы собаки-поводыря Кэсси.



По вопросам сотрудничества: проведения тимбилдингов и мастер-классов просьба обращаться:

E-mail: info@tokrug.ru
Тел.: +7 495 640 32 40

Мы в социальных сетях:

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

<https://www.instagram.com/tokrug/>

<https://vk.com/tokrug>

Web: www.tokrug.ru

7



Каталог социальных предпринимателей России.
Доступен для скачивания:

soindex.ru

ПЕРВАЯ КРАУДСОРСИНГОВАЯ ПЛАТФОРМА ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ



Хоровод - это:

- Площадка генерации идей, инновационных решений и конкурсных предложений
- Знак качества для СП
- Единственная база СП в России
- Инструмент эффективной поддержки социального предпринимательства в России



CROWDSP.NB-FUND.RU

+7 (495) 780-96-71,
FACEBOOK.COM/HOROVODPLATFORM/
VK.COM/HOROVODPLATFORM
CROWDSP.NB-FUND.RU/



БУККРОССИНГ В БЛАГОСФЕРЕ



БУККРОССИНГ – ЭТО УДОБНЫЙ, БЕСПЛАТНЫЙ И ПРОСТОЙ СПОСОБ ОТДАТЬ ПРОЧИТАННЫЕ КНИГИ ИЛИ ОБМЕНЯТЬ ИХ НА ИНТЕРЕСНЫЕ ВАМ ПРОИЗВЕДЕНИЯ.

КАК ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ?

- 1. ПРИНЕСТИ В БЛАГОСФЕРУ КНИГИ**, которыми вы хотите поделиться, в будний день с 11 до 19 часов.
- 2. ВЗЯТЬ ПОНРАВИВШИЕСЯ** произведения, принесенные другими буккроссерами.
- 3. ПОЛУЧАТЬ ПОДАРКИ И ПРИГЛАШЕНИЯ НА ЗАКРЫТЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ** клуба постоянных участников.

Подробности на сайте blagosfera.space
Наш адрес: ст. м. «Динамо», 1-й Боткинский проезд д.7, стр.1, +7 (499) 653 71 33

Программа «Города Будущего»
cityofthefuture.ru