

## САМООРГАНИЗАЦИЯ В ПОДЪЕЗДЕ, ДОМЕ, ДВОРЕ

М.Р. Мирошкина

Описать, как будут действовать самоорганизующиеся сообщества в процессе реализации собственных инициатив, невозможно, как невозможно предугадать, какие инициативы могут возникнуть у жителей. Можно только предположить границы деятельности, способы и формы коммуникаций и условия реализации возникших предложений.

- сетевые коммуникации
- инициативные группы
- индикаторы результативности

Авторы рассматривают возможные взаимодействия возникновения сетевых коммуникаций на уровне подъезда, дома, двора.

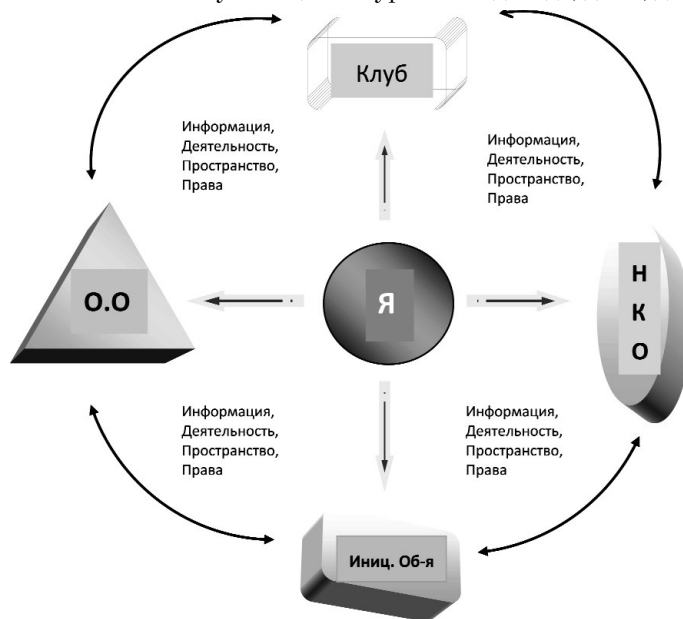


Рис. 1. Сетевые коммуникации на уровне подъезда, дома, двора

## Инициативные группы жителей

Инициативные группы жителей муниципального образования — временные объединения граждан для реализации краткосрочного проекта.

Инициативные группы транслируют инициативу общественным объединениям муниципалитетам, муниципальным учреждениям всеми возможными способами.

Организуют временные инициативные группы для реализации совместной деятельности (организация дворового пространства, комфортного для всех категорий жителей: спортивные игры на спортивных площадках для разных возрастов, организация специальной территории для выгула собак и поддержания порядка на них, благоустройство подъезда и поддержание благоприятной атмосферы в них).

Пространство деятельности — подъезд, дом, двор, виртуальное пространство.

Условие — наличие устойчивой практики поддержки социальной активности жителей со стороны общественности и муниципалитета; формирование системы стимулов для создания и поддержки временных инициативных формирований жителей в организации работы по месту жительства.

Информация — о социальной инициативе, организационная информация (время, место, форма), благодарность, поддержка.

Характер коммуникаций :

- горизонтальная — межличностная, между жителями и общественными объединениями; между инициативной группой и жителями; между инициативными группами; между инициативными группами и ТСЖ, между инициативными группами и муниципалитетами; между общественными объединениями и муниципалитетами.

Способы организации коммуникаций — неформальное общение, листовки во дворе, на дверях подъездов, флайеры, SMS — рассылка, флеш-мобы, создание контактных групп в социальных сетях («Одноклассники», «Вконтакте»); личные обращения, письма.

Результат — устойчивая практика участия инициативных формирований жителей в организации работы по месту жительства.

**Индикаторы результативности:**

- наличие практики создания временных инициативных формирований жителей для решения актуальных задач организации по месту жительства, в том числе во дворах;
- динамика развития временных инициативных формиро-

Технология

ТЕХНОЛОГИЯ

**ПЕД диагностика**  
**ПЕД диагностика**

ваний жителей в организации работы по месту жительства;

- наличие устойчивого сетевого взаимодействия между временными инициативными формированиями жителей в работе по месту жительства.

В 2010 году общественные и некоммерческие объединения России на принципах самоорганизации учредили общественную награду в сфере организации работы с населением по месту жительства. Одним из обладателей награды стала Зоя Михайловна Кулик из г. Иркутска

*«Даша уже повзрослела совсем и приходит сюда в гости к бабушке, Аня замуж вышла, Андрей женился и у Никиты невеста... Но в памяти моей они все те же девочки и мальчики, распеваящие во весь голос звонкие песни, когда вместе так хорошо, а новогодний праздник можно справлять всем подъездом с конкурсами, пирогами, подарками. Говорят, что никогда этого не забудут. И то, как вместе с Зоей Михайловной Кулик украшали подъезд, развешивали яркие шторы на окна, рисовали картины, ухаживали за цветами, как делали во дворе детскую площадку, потом горку, весной разбивали клумбы, подрезали деревья... Если б не она, многое было бы иначе! А тогда, много лет назад в доме 22 по улице Канской в Иркутске собрала Зоя*

*Михайловна вокруг себя ребяташек, поговорила с соседями, послушала мнения разных людей и начала с самого простого: пригласила всех на субботник. Так все и закрутилось. Сейчас уже 11 ближайших домов объединились в своеобразную гильдию, а в подъезде, куда другие жильцы приходили как на экскурсию, снова готовятся к празднику, и переживают в основном за то, какую программу придумать для двухлетних детей уже повзрослевших первых воспитанников. На все остальное и сил, и времени, и фантазии хватит. И ничего, что Зоя Михайловна давно на заслуженном отдыхе, ей без дела не сидится. Добрый нрав, беспокойный характер и строгость, как это ни странно кому-то покажется, востребованы, как и раньше» (Т.Н. Тихонова. О номинанте).*

### **Некоммерческие организации, общественные объединения**

В основе их деятельности лежит реализация социального заказа жителей ВМО, сформулированная с использованием различных инструментов, регламентируемых федеральным и московским законодательством. Организационно отношения между заказчиком (насе-

лением) и исполнителем (НКО, общественным объединением, клубом ) строятся на основе долгосрочного социального заказа, в котором предметно прописываются критерии результативности работы.

Некоммерческие организации и общественные объединения:

- привлекают жителей к формированию социального заказа на деятельность НКО по организации работы по месту жительства и оценке результативности этой деятельности;
- формируют и корректируют содержание своей деятельности по месту жительства в соответствии с запросами и ожиданиям различных групп населения;
- организуют работу по месту жительства в муниципальных образованиях с использованием внутренних ресурсов некоммерческой организации и общественного объединения (организационных, кадровых, методических, материальных);
- участвуют в конкурсах программ и проектов по организации работы по месту жительства в муниципальных образованиях с указанием критериев оценки результативности деятельности для последующего публичного обсуждения;
- участвуют в организации работы экспериментальных проектов по организации работы по месту жительства в муниципальных образованиях;

- участвуют в сетевом взаимодействии по организации работы по месту жительства в муниципальных образованиях:

- создают контактные группы в социальных сетях «Одноклассники», «В контакте» и т.д. для формирования мнения жителей по актуальным проблемам в организации работы по месту жительства, в том числе — по формированию социального заказа на деятельность НКО, общественного объединения.

**Пространство деятельности** — территория внутригородского муниципального образования, дворовые территории, собственные помещения, муниципальные помещения, полученные по договору социального заказа, виртуальное пространство.

**Условие** — мобильность деятельности общественного объединения; наличие устойчивой практики поддержки деятельности общественных объединений со стороны муниципалитета, развитие сетевых коммуникаций между всеми НКО и общественными объединениями.

**Информация** — о формах изучения социальных запросов жителей, о социальном заказе жителей, о содержании деятельности НКО, общественно-го объединения, организационная информация (время, место, форма).

**Технология**

ТЕХНОЛОГИЯ

**Характер коммуникаций:**

• **горизонтальные** — между жителями и общественными объединениями; между общественными объединениями; между общественными объединениями и образовательными учреждениями (в том числе дополнительного образования); между инициативными группами и общественными объединениями; между общественными объединениями и ТСЖ; между общественными объединениями и районными детскими и молодёжными советами; между общественными объединениями и профильными организациями (спорта, культуры, здравоохранения...).

• **Вертикальные** — между общественными объединениями и муниципалитетами; между общественными объединениями и муниципальными собраниями; между общественными объединениями и районными управлениями (по делам молодёжи, образования, здравоохранения, культуры, физкультуры и спорта...).

**Способы организации коммуникаций** — неформальное общение, web — сайт, рекламные кампании, разведки интересных дел в районе, флайеры, SMS — рассылка, флеш-мобы, контактные группы в социальных сетях («Одноклассники», «ВКонтакте»); личные обращения, письма.

**Результат** — формирование устойчивой практики реализации мобильных программ и проектов некоммерческих организаций и общественных объединений по месту жительства в соответствии с изменяющимися запросами горожан.

Индикаторы результативности деятельности НКО и общественных объединений:

- соответствие содержания деятельности НКО и общественных объединений сформулированному социальному заказу;
- динамичность изменения содержания деятельности НКО и общественных объединений в соответствии с изменениями общественного спроса населения;
- доля собственных и привлечённых ресурсов НКО и общественных объединений в организации работы по месту жительства;
- использование инициативы жителей в реализации программ и проектов НКО и общественных объединений по месту жительства;
- степень участия жителей в программах и проектах НКО и общественных объединений по месту жительства (зрители, участники, критики, организаторы);
- сетевое взаимодействие с другими НКО и общественными объединениями и инициативными формированиями жителей в организации работы по месту жительства;

- участие в публичном обсуждении результативности деятельности НКО и общественных объединений по организации работы по месту жительства на основе сформулированных в их программах критериев;

- возобновляемость социальных заказов для конкретной НКО (общественного объединения) на территории муниципального образования.

Организационно отношения между заказчиком (населением) и исполнителем (инициативным объединением жителей, НКО) строится на основе долгосрочного социального заказа, в котором предметно прописываются критерии результативности работы.

### **Клубы по месту жительства**

Клубы по месту жительства способствуют позитивной реализации досуговых потребностей молодёжи, самоидентификации и развития молодого человека в клубном пространстве.

Изучают актуальные досуговые потребности различных групп населения.

Развивают современные клубные практики, основанные на приоритетных и актуальных социально приемлемых потребностях и интересах различных категорий жителей внутригородского муници-

пального образования (прежде всего — подростков и молодёжи).

Создают пространство свободного общения, в котором в групповом взаимодействии могли бы реализоваться индивидуальные интересы и потребности жителей.

Формируют эксклюзивный клубный стиль в межличностном и межгрупповом взаимодействии, общении, поведении, имидже.

Организируют гибкий график проведения клубных дней для различных групп населения.

Организируют работу клуба с подростками и молодёжью в то время и таком режиме, когда это необходимо для обеспечения позитивной занятости молодёжи.

Развивают институт членства в клубе в целях совершенствования внутриклубных коммуникаций.

Создают контактные группы в социальных сетях для информирования населения о культуре клубного формирования, режиме и содержании деятельности клуба.

Пространство деятельности — территория внутригородского муниципального образования, клубные помещения (собственные, арендованные, муниципальные помещения, полученные по договору социального заказа, либо помещения

**Технология**

ТЕХНОЛОГИЯ

муниципальных учреждений), виртуальное пространство.

Условие — гибкость клубных программ; понимание специфики клубных формирований всеми субъектами деятельности, развитие сетевых коммуникаций между клубами, НКО и общественными объединениями.

Информация — о формах изучения социальных запросов жителей, о клубных практиках, о клубном стиле, о режимах работы клуба

Характер коммуникаций :

- горизонтальная — между жителями и клубом; между клубами и неформальными объединениями молодёжи; между различными клубами; между клубами и общественными объединениями; между клубами и профильными организациями (спорта, культуры, дополнительного образования);
- вертикальная — между клубами и муниципальными учреждениями; между клубами и муниципалитетами; районными управлениями (по делам молодёжи, образования, здравоохранения, культуры, физкультуры и спорта...).

Способы организации коммуникаций — межличностное

общение, web — сайт, SMS — рассылка, организация имиджевых мероприятий в районе, создание контактных групп в социальных сетях («ВКонтакте», Twitter, Facebook).

Результат — организация и устойчивое развитие клубных сообществ в необходимом времени и в нужном месте с целью реализации актуальных досуговых потребностей различных групп населения.

Индикаторы результативности:

- наличие собственной темы клуба, отражающей цели и содержание деятельности клуба;
- сформированность собственного стиля клуба (клубный стиль) как совокупности принятых образцов поведения членов клуба и имиджевых характеристик в клубе и вне его;
- развитость института членства в клубе по месту жительства;
- соответствие содержания деятельности клуба его теме и возрастным характеристикам членов клуба;
- сформированность специфического клубного пространства;
- сетевое взаимодействие с НКО и временными инициативными формированиями жителей в организации работы по месту жительства.