**О проекте «Наш дом Сия»: монетизация социального капитала**

**Зарождение идеи.**

Можно ли бесплатное свободное время жителей направить на благоустройство и «оплатить» их труд ростом стоимости их же жилья? Может ли эта идея объединить жителей и сделать поселок уютным в самые кратчайшие сроки и практически без денег? Можно ли на этой идее быстро создать социальный капитал и его монетизировать? Оплатят ли очень небогатые жители умирающего поселка работу проектного менеджера по результатам реализации проекта?

На все эти вопросы мы пытаемся ответить через реализацию проекта «Наш дом – Сия», который родился на управленческом семинаре в ноябре 2014 года.

Итак, дано. Компактный поселок лесорубов городского типа был построен в тайге на берегу озера в середине 70-х годов прошлого столетия в 150 км от города Архангельска. Восемь кирпичных пятиэтажек, дом культуры, школа, детсад, страшная котельная и куча маленьких магазинов. До него из Архангельска можно доехать за 3,5 часа на поезде или по грунтовой дороге на машине. При этом железнодорожная ветка тупиковая.

В 2005 году закрылось градообразующее предприятие – леспромхоз и поселок, по сути, превратился в поселок пенсионеров общей численностью около полутора тысяч человек, которые приехали в свое время отовсюду за «длинным рублем». В целом поселок представляет достаточно унылое место с крайне депрессивно настроенным населением, мечтающем о возрождении леспромхоза, который никогда не возродится, так как изменились технологии.

На упомянутом семинаре мы задались следующим вопросом: допустим глава поселения мечтает через десять лет продать квартиру в поселке и купить где-то жилье по-южнее. Но квартира у него стоит сейчас максимум 500 тыс. руб., а домик в деревне в средней полосе – 3 миллиона. Как сделать так, чтобы через десять лет квартира в поселке стоила 3 млн. руб.?

Участники семинара хором ответили, что нужны рабочие места, но на мой вопрос о том, верят ли сами жители в то, что здесь будут рабочие места, они ответили отрицательно. Поэтому мы стали размышлять дальше: люди едут куда-то либо зарабатывать деньги, либо их тратить на отдыхе, либо просто комфортно жить. Например, на пенсии. Если мы сделаем наш поселок очень удобным и приятным для жизни и расскажем об этом всему свету, то цены на недвижимость могут вырасти и без рабочих мест, так как те же пенсионеры начнут покупать квартиры.

Здесь стоит отметить, что службы и жители поселка и без этого занимались благоустройством, но как-то бесцельно, а значит и без огонька. Как ответила руководитель ТСЖ: надо же что-то делать?

Для начала мы перечислили, что нужно сделать для того, чтобы поселок стал прекрасным местом для жизни: достроить новый водозабор, реконструировать котельную, заменить страшные заборы у домов на новые, избавиться от луж, сделать ограждение газонов и ухаживать за ними, докрасить подъезды, заменить входные двери в подъездах, поставить автоматические датчики в подъездах для экономии электричества, избавиться от мусора и т. п.

При этом мы разделили все работы на те, которые невозможно сделать без существенных денежных вливаний (государственных или частных) и на те, которые могут жители сделать сами, либо при минимальной грантовой поддержке.

И вот здесь и родилась идея убедить жителей работать в свое свободное время бесплатно, но «оплатить» их труд за счет роста стоимости их жилья. Ведь если они «увидят» эту взаимосвязь, то в этом случае изменения будут очень быстрыми и практически не потребуют денег!

А вот дальше встал вопрос: а кто их убедит в том, что это возможно? Меня настолько заинтересовала эта идея, что я предложил свои услуги. Для оплаты своих услуг предложил следующий алгоритм: эксперт работает год бесплатно, а в конце года объявляется сбор минимальных сумм с жителей. Допустим рублей 500. Если жители посчитают, что изменения есть и проект им нужен и полезен, то они заплатят эту сумму в виде благотворительного взноса на счет НКО. Таким образом, оплата эксперта будет привязана строго к результату. На том и порешили.

**Начало проекта**

Кроме измерения успеха в росте стоимости жилья, мы решили ежегодно делать соцопросы для того, чтобы понять, как меняется сознание граждан по мере реализации проекта и повышается ли горизонтальное и вертикальное доверие, то есть будет ли накапливаться социальный капитал в поселке. Поэтому мы первым делом с помощью школьников и пенсионеров сделали в январе 2015 года опрос, чтобы зафиксировать начальный уровень состояния местного сообщества.

Затем провели встречи во всех коллективах и рассказали об общей идее проекта. После чего я создал группу в Вконтакте, а также стал подробно описывать все происходящее в Фейсбуке. Группа Вконтакте работает на организацию мероприятий, то есть на внутреннюю аудиторию и рекламу проекта, а блог в Фейсбуке стал площадкой для дискуссии с экспертным сообществом. Там и там ведутся репортажи практически в ежедневном режиме, но несколько под разными углами.

По мере виртуального и реального общения стали возникать идеи различных акций и мероприятий, а также бизнес-идеи. Основной посыл во всей работе такой: как добиться результата без денег при минимальных усилиях. Думаю, что читателям будет интересен ход «втягивания» жителей в проект, поэтому остановлюсь на наших акциях подробнее.

Например, в акции «Узнай хозяина по собачей морде» мы применили следующий подход для решения проблемы свободно гуляющих по поселку здоровенных псов. Мы призвали жителей фотографировать собаку, благо у всех сейчас телефоны с фотоаппаратами, и присылать фото нам. Мы вывешиваем фото в группе и задаем вопрос: чьих будет красавец? Узнать в деревне телефон хозяина по собачьей морде пара пустяков. После этого мы просим всех участников группы позвонить по указанному номеру и вежливо (обязательно вежливо) попросить хозяина привязать собаку. На сегодня участников группы уже около шестисот, поэтому, если хотя бы сто человек позвонит, то он не только привяжет пса, но и сам начнет кусаться от такого внимания.

Следующая акция, которая вызвала самую большую реакцию, называется «Ни дня без мусора». В поселке, конечно, весной проводятся субботники, но, во-первых, мусор убирается вблизи домов, а, во-вторых, всего один день. Этого явно недостаточно и поселок не выглядит опрятным. Поэтому мы призвали всех жителей поселка выходить каждый день и в качестве зарядки собирать по мешку мусора. Но не просто собирать, а фотографировать и выкладывать в группу для того, чтобы наш сбор мусора превратился в постоянную рекламную акцию поселка. Ведь наша задача состоит в том, чтобы привлечь внимание к поселку будущих покупателей! Ну а раз призвали, то пошли сами собирать. Вначале практически никто не откликнулся на наш призыв, затем стали подходить и рассказывать, что они тоже в определенных местах убирают, но большинство предлагало наказывать за то, что мусор кто-то выбрасывает. Мы пытались объяснить, что «наказать» и физически, и юридически крайне сложно и мы даже не слышали о таких примерах, поэтому надо просто собирать мусор, но втянуть жителей массово в наш проект не получалось. В этом вопросе нам помогла идея организации секции настольного тенниса. Мы купили два стола, договорились с директором Дома культуры с помещением и предложили школьникам приходить учится за сбор мусора. Полмешка собрал, час играешь. И процесс пошел.

Акцию «Ни дня без мусора» мы разбили на три этапа: 1) Ни дня без мусора, 2) Каждый день в поисках мусора (когда его не будет на виду, но он точно есть за углом), 3) Каждый день в поисках мусора без всякой надежды на успех.

Акция продолжалась пять месяцев, но до третьего этапа мы так и не добрались, потому что мусора «за углом» оказалось так много, что мы увязли. Все-таки мы собирали мусор, накопившийся лет за двадцать. Особенно среди гаражей, откуда мы вынесли очень много горючего мусора в виде пластиковых бутылок, но зато мы сейчас рекламируем нашу акцию еще и как противопожарное мероприятие.

Наблюдения показали, что 80% мусора кидают дети до десяти лет, а остальной мусор – в большей степени мужчины. Поэтому мы решили продолжить акцию зимой и назвали ее «Особенности акции «Ни дня без мусора» в зимний период» путем проведения бесед с детьми в детском саду и с младшими школьниками. Основной посыл бесед такой: если вы хотите, чтобы ваши мамы и папы больше зарабатывали и почаще вам что-нибудь покупали, то мусорить не надо, так как чистый поселок привлекает внимание предпринимателей, и они будут создавать рабочие места для ваших пап и мам.

Акция «За быстрый интернет» привлекла в проект школьников. Как-то так получилось, что пос. Сия весь опутан оптиковолоконными кабелями, но интернет в поселке медленный. Проблема в том, что вначале проложили кусок такого кабеля по «школьной» программе, но он уперся в медленную радиорелейную связь, а уже после этого тянули федеральный кабель, который прошел мимо поселка буквально в 150 метрах. Для их соединения нужно проложить еще два километра кабеля и сделать прокол под озером, но место принятия решений находится аж в Санкт-Петербурге.

После выяснения всех обстоятельств мы в группе Вконтакте бросили клич волонтерам, чтобы собрать подписи. Вызвалось десять школьников, которые за два часа собрали около пятисот подписей. Затем подготовили письмо за подписью главы и направили в шесть инстанций. На нашу проблему обратили внимание, было проведено несколько совещаний, но дело закончилось формальной отпиской, что надо подождать пару лет, так как пока денег нет. После этого мы написали веселую злую статью, в которой предложили намного более дешевые варианты прокладки кабеля и разместили ее на четырех областных интернет-сайтах. Реакции от Ростелекома не последовало. Тогда мы стали бомбардировать письмами Ростелеком на всех уровнях уже напрямую. Если и после этого проблема не будет решена, то будем обращаться в надзорные органы, так как сегодня нарушаются права школьников, учителей и родителей, потому что школа не может толком выполнить госстандарты. Все наши письма и ответы мы выкладываем в группе, чтобы население непосредственно видело весь ход борьбы за лучшую жизнь в поселке.

Кроме всего прочего мы постоянно пишем заявки на различные гранты местного и федерального уровня. В результате выиграли областной грант на проект ТОС «Зеленое сердце поселка». ТОС был создан где в 2010 году, выполнил один проект и перестал работать. Учитывая крайнюю неактивность жителей, я пошел по нестандартному пути. Не стал встречаться с жителями, убеждать их в чем-то, а просто придумал идею, написал заявку от имени ТОСа, а после получения средств начал приглашать жителей на конкретные работы на 1-2 часа. При этом никто не отказался, а некоторые вызывались и сами.

Идея тосовского проекта заключалась в следующем. В поселке парковочные места для автомобилей и «газоны» не разделены как в городах и даже бордюров нет. На парковочных местах со временем образовались лужи, поэтому автомобилисты заезжают на газоны, чтобы выйти на сухом месте, превращая их в месиво. При разработке проекта также учитывались особенности культуры местных жителей, которые могут и «не заметить» ограждения. Поэтому были приобретены массивные металлические трубы, из них сварены 4,5-метровые металлоконструкции на ножках и уже из них сооружено ограждение метровой высоты с разрывами для прохода. Таким образом, оно стало препятствием для машин, но не препятствует прохождению детей и мамочек с колясками для прогулок. Для выравнивания газона привезли торф и посеяли газонную траву.

Чтобы не было луж на парковочных местах и сам газон был сухим, мы договорились с жителями дома весной вдоль нового ограждения выкопать водоотводную канаву, а полученным грунтом засыпать существующие лужи.

Еще одной очень интересной идеей, на наш взгляд, является создание Волонтерской социальной службы. Для ее работы в группе Вконтакте открыли отдельную тему. В поселке есть многодетные семьи, отцы которых постоянно уезжают на заработки вахтовым методом. Допустим, мамочке надо куда-то отлучиться. Она пишет в этой теме просьбу с обращением к бабушкам, которые мечтают понянчиться с маленькими детьми и, таким образом, решает свою проблему. Также решается вопрос для одиноких больных жителей, которые могут попросить сходить в аптеку за лекарствами или в магазин. Так как поселок очень компактный, то подобные просьбы выполнить не составит труда. Мы не думаем, что клиентов службы будет много, но само наличие такой самоорганизации в поселке, где нет государственной социальной помощи, резко выделит поселок на фоне других и будет одним из аргументов для покупателей.

Самыми востребованными услуги службы, конечно, будут со стороны пожилых одиноких жителей, 60% которых, как показал опрос, еще не пользуются интернетом. Поэтому мы в следующем году будем организовывать бесплатные компьютерные курсы для всех желающих, чтобы научить их покупать билеты через интернет, записываться на прием в областную больницу, в Росреестр, пенсионный фонд и т. п.

**Кому мы нужны?**

Но наиболее интересным этапом проекта было определение *целевой группы будущих покупателей квартир*. Согласитесь, что достаточно сложно найти тех, кто захочет купить квартиру в таежном поселке, где нет работы, да еще и в 150 км от областного центра. И тем не менее, нам это удалось сделать. Мы рассуждали так. Если в поселке нет работы, то он может быть интересен тем, кому она не нужна, то есть пенсионерам. При этом пенсионерам, у которых с деньгами туго, поэтому они не могут купить квартиры в городе и даже в пригороде. Это не чиновники, не бюджетники и не предприниматели, так как у этих категорий сейчас есть возможность, по крайней мере, оформить ипотеку. Это скорее всего бывшие работники промышленных предприятий из Архангельска, Северодвинска и Новодвинска.

Но кроме этого у них должна быть *насущная потребность* для покупки новой квартиры, которая связана с тем, что живут такие пенсионеры стесненно со своими детьми и внуками. Психологическая ситуация в таких семьях обычно очень напряженная, но как решить свою проблему они не знают. И тут мы им говорим: а приезжайте-ка в Сию, ведь вы убьете сразу много «зайцев»: купите квартиру в благоустроенном поселке за совершенно смешные деньги, будете жить на природе, будете отдыхать друг от друга вдалеке, можете забирать внуков на лето и даже на все время, так как в поселке есть очень хороший детсад и школа. Мало того, дети к вам будут приезжать в гости на рыбалку, охоту, за грибами и за ягодами. А наш поселок к тому же постоянно меняется к лучшему, так как мы делаем это, это и еще вот это.

После того, как мы нащупали нашу целевую группу, нам осталось найти эффективный способ поиска таких пенсионеров, но не унылых пьяниц, а активных жителей, которые будут нам помогать в дальнейшей реализации проекта. Как их вычислить? Как им подсунуть под нос нашу рекламу? Где они собираются? И мы пришли к выводу, что наиболее простой путь – это обращение в заводские советы ветеранов, женсоветы, ветеранские хоры и т. п., в том числе и через группы Вконтакте или через Одноклассники.

Перед тем как обращаться к нашим будущим покупателям, мы в конце осени разработали рекламный буклет поселка, в котором коротко рассказали о поселке, проекте, работе различных служб, предпринимателей, школы и детсада, а также мнения тех, кто уже приехал к нам из городов и разместили его на странице в нашей группе. К тому времени в группе Вконтакте уже состояло около 500 участников, поэтому мы написали всем участникам личное обращение с просьбой сделать перепост нашего буклета на своих страницах. В результате, кроме того, что о проекте узнало большое число жителей области, наша группа пополнилась еще на 50 заинтересованных участников. В ближайшее время мы организуем рассылку буклета уже в виде точечной рекламы на различные предприятия и группы в соцсетях.

Кроме этого мы дали интервью нескольким областным изданиям (газета «Бизнес Класс Архангельск», интернет – портал «Беломор – Канал», радио «Эхо Москвы Северодвинск»), а также заключили соглашение с Союзом журналистов Архангельской области о партнерстве, поэтому на сайте Союза появилась ссылка на наш проект.

В результате по поселку пошли слухи, что квартиры в поселке дорожают, а в группе появились объявления о приобретении квартир. И действительно, средняя цена квартир поднялась где-то на 100 тыс. руб. Таким образом, мы добились целевых показателей проекта на 2015 год: группа Вконтакте не менее 500 участников и повышения стоимости жилья – не менее чем на 100 тыс. руб.

Если учесть, что в среднем жители бесплатно работали не больше 1-2 часов, но при этом их квартиры подорожали в среднем на 100 тыс. руб., а поселок стал чище и было благоустроено несколько мест, то уже можно сделать некоторые выводы об эффективности всего проекта (однокомнатная квартира вначале 2015 года стоила 300 тыс. руб.). Правда, в будущем скорее всего возникнет задача о смене целевой группы, так как подорожавшая недвижимость будет уже отпугивать небогатых пенсионеров.

**Планы на следующий год**

После этого мы снова провели несколько встреч в организациях, где рассказали о ходе реализации проекта и предупредили, что мы в декабре сделаем сплошное анкетирование жителей с помощью волонтеров-школьников, чтобы понять, что изменилось в общественном сознании. Кроме этого мы рассказали о целях на следующий год: поднять цену на квартиры еще на 300 тыс. руб., добиться, чтобы в группе состояло не мене 500 жителей поселка, непосредственно проживающих в нем (на конец года таких в группе было не более 250) и добиться, чтобы в наших мероприятиях, в первую очередь, по благоустройству, приняло участие не менее 300 человек (в 2015 году участников было не более ста).

Для этого мы предусмотрели следующие шаги:

1. Депутаты по нашему предложению образовали рабочую группу для доработки и утверждению программы развития поселка на 10 лет. Дело в том, что на сегодня ни в одном поселении области нет программ развития вообще, поэтому принятие такой программы с четкими целевыми показателями, понятными для всех жителей поселения, резко выделит МО «Сийское» из числа подобных, что само по себе является рекламной акцией и будет основанием для привлечения дополнительных средств.
2. Следующий важный шаг, это проведение второй части социсследования и написания по его результатам научных статей для публикации в федеральных журналах. Такие публикации будут хорошим «усилением» к заявке на президентский грант, который с 2016 года уже может быть многолетними. Название подпроекта, на который будет подана заявка - «Новая жизнь поселка Сия». И публикации в федеральной прессе, и получение гранта - это тоже очень хорошая реклама поселка.
3. Третий шаг, это проведение управленческого семинара в школе с целью выработки «живой» программы развития школы. От руководства школы требуют разработать новую программу, но им не хочется, чтобы она была очередным документом, на который никто не обращает внимания. Так как у нас есть интересный опыт разработки таких проектов в режиме мозгового штурма, то мы договорились провести двухдневный семинар с приглашением и учителей, и администрации, и старшеклассников. Задача состоит в том, чтобы совместно сформулировать проблему, которую необходимо решить, поставить цели, выработать план по их достижению, а затем постоянно рассказывать о том, как школа меняется. Школа и детсад должны стать лучшими в районе, а желательно и в области. Ведь новые жильцы нашего поселка должны быть уверены в профессионализме педагогов! И это тоже будет рекламной акцией.

Опрос, о результатах которого мы расскажем ниже, показал, что 35% жителей еще ничего не слышали о проекте, а еще 26% только «что-то слышали», поэтому появилась идея «похода» по квартирам. Основные задачи «похода»: рассказать о результатах проекта в этом году и о планах на следующий, ответить на вопросы, записать предложения, пригласить в группу Вконтакте, а также предложить сделать добровольный благотворительный денежный взнос в размере 500 рублей со взрослого жителя на продолжение проекта. Выбранная тактика показала свою эффективность, так как группа стала ежедневно прибывать на 4-5 участников. При этом, правда, усилились агрессивные комментарии, но остальные члены группы достаточно эффективно их погасили. О том, какой процент жителей сделал перечисления вывод делать еще рано, так как обход квартир закончится только где-то к середине января 2016 года, но результат будет сам по себе отдельным социологическим исследованием.

Мы для себя составили следующую «лестницу приверженности» к проекту:

1. Ничего не слышал (а) о проекте.

2. Слышал (а) о проекте.

3. Рассказываю о проекте.

4. Состою в группе Вконтакте.

5. Комментирую и ставлю лайки в группе Вконтакте.

6. Зову друзей и знакомых в группу Вконтакте.

7. Участвую в акциях и мероприятиях ("Ни дня без мусора", ТОС "Зеленое сердце поселка", собираю подписи за быстрый интернет, помогаю в социсследовании и т. п.)

8. Сам придумываю акции и мероприятия.

9. Софинансирую проект.

Задача поквартирного обхода состоит в том, чтобы перевести как можно больше жителей на ступеньки выше, чем они были до этого.

Несколько слов о работе группы Вконтакте. Естественно, первая запись в живой повествовательной форме рассказывает о том, как родился проект. Второй самый важный момент состоит в том, чтобы ежедневно появлялась какая-то запись: либо рассказ о том, что сделано, либо новая идея. При этом мы стараемся не «забивать эфир» своими предложениями и убираем лишнюю рекламу. Если рождается идея какой-то долгосрочной акции, то мы анонсируем ее на стене группы и открываем новую тему. При появлении новой информации мы выкладываем ее в качестве комментариев и там, и там.

Несколько слов о том, как мы добились роста группы. Мы намеренно не используем искусственных способов увеличения числа участников группы, потому что нацелены, в первую очередь, на жителей поселка и на их интерес. Поэтому вначале придумали следующий ход: попросили десятерых школьников вступить в группу и разослать приглашения еще десятерым своим друзьям или знакомым, а тех, в свою очередь, попросить сделать рассылку еще хотя бы пяти. Таким образом буквально за неделю в группу вступило первые 150 участников, а дальше по мере интереса в группу добавлялось в среднем по два человека в день.

По мере работы группы мы открыли около двадцати тем, которые служат как бы «полочками» для появляющейся информации. Есть полка для администрации поселения, культурных событий, энергосбережения, сийских умельцев, различных акций и т. д. Мы надеемся, что в ближайшее время наша группа станет естественной информационной площадкой, где жители обсуждают и решают свои проблемы, а не ругаются по поводу и без повода.

**Проблемы**

В 2014 году мы проводили социологическое исследования по проекту «Страна Вага» на юге Архангельской области. Это исследование выявило ряд поведенческих установок, которые, на наш взгляд, являются препятствием для развития территорий. Так, например, около 80% граждан считают, что развитие зависит от уровня взаимного доверия власти, бизнеса и населения, но при этом лишь 25% связывают свой личный успех и ощущения счастья от уровня доверия к власти. Еще одним важным выводом было то, что жители понимают, что чиновники гораздо менее свободны, чем гражданское общество и, если повысить уровень доверия между властью и обществом, то можно объединить свободные ресурсы и довольно быстро и недорого решать проблемы.

Основной проблемой, выявленной социсследованием, на наш взгляд, было то, что все группы населения крайне туманно понимают, что такое «развитие» и почему их районы не развиваются. На фокус-группах, говоря о создании рабочих мест, они не связывали это с повышением производительности труда, снижением себестоимости продукции и повышением конкурентоспособности продукции. И тем более не говорили о том, что у муниципальных образований должны быть ясные для всех и согласованные стратегии с целями SMART.

В пос. Сия все эти проблемы имеют место, но усиливаются еще и тем, что население представляет собой «сборную солянку» из тех, кто приехал сюда в свое время со всего СССР, поэтому уровень и межличностного доверия, и доверия к власти еще ниже, что является главным препятствием для сотрудничества.

Поэтому мы при разработке проекта поставили несколько задач:

1. Сформулировать цели проекта так, чтобы они были понятны и близки всем жителям. Рост стоимости квартир на рынке жилья – это понятная и близкая для всех цель, посчитали мы! Поэтому нас поддержит большинство! Но, как показала практика, это далеко не так. Возражений было достаточно много, правда, больше от недопонимания. В конце концов, нас даже обвиняли в мошенничестве. С другой стороны, можно сказать, что все-таки эта цель близка для многих. Иначе бы группа Вконтакте не росла. А если учесть, что количество уникальных посетителей в день на сегодня выросло до 100 человек, что очень много для такого маленького поселка, то можно сказать, что с целью мы все-таки угадали. Другое дело, что на сегодня не многие открыто комментируют и ставят лайки, то есть участники скорее являются «подглядывающими» за процессом, но это ведь тоже участие в проекте!
2. Следующей нашей задачей является втягивание жителей в общественные работы и мероприятия на бесплатной основе, но с постоянным разъяснением, что они работают не бесплатно. Вроде бы они работают 1-2 часа в год, а «заработали» при этом 100 тыс. руб. на росте стоимости их квартир. Такой подход многих вводит в ступор, так как «живых «денег они не видят, но, с другой стороны, они кроме этой не для всех очевидной «выгоды» получают еще несколько других выгод: поселок благоустраивается, вот-вот будет быстрый интернет, о поселке начали говорить в положительном смысле, что несомненно вызывает гордость за себя и т. д.

Мы же в свою очередь надеемся, что за счет совместного целенаправленного и целеосознаваемого труда начнет расти и межличностное доверие, и взаимное доверие с властью. Собственного говоря, для замера этой динамики, мы и проводим ежегодные социсследования.

**Результаты социологического иследования**

Как уже говорилось выше, мы провели опрос в январе 2015 года, который зафиксировал начальное состояние общества, и в декабре. В январе мы опросили около 90 жителей, а в декабре уже сделали сплошной обход, так как задача состояла в том, чтобы как можно больше жителей узнало и прониклось проектом. В результате было обработано 220 анкет.

Итак, после года нашей работы 65% жителей либо что-то слышали о проекте, либо состоят в группе, либо уже приняли участие в акциях

Диаграмма 1

Если посмотреть данные по возрастам, то становится понятным, что основной упор в дальнейшей работе нужно сделать на жителей старше 50 лет, которых насчитывается в поселке около 50%.

Диаграмма 2

Появилось ли больше оптимизма у жителей? Если количество оптимистов по отношению к району осталось практически прежним, то по отношению к поселку выросло с 14 до 22%. Сомневающихся стало также значительно больше. Таким образом, можно сказать, что положительная динамика в этом вопросе есть.

Диаграмма 3

Более интересна динамика выглядит в разрезе возрастов. Наиболее скептично настроены жители в возрасте 26-35 лет.

Диаграмма 4

Пользователи Интернет. В наименьшей степени интернетом пользуются жители старше 50 лет. Надеемся, что бесплатные курсы для желающих, исправят эту ситуацию.

Диаграмма 5

Изменения в миграционных настроениях. Если говорить о всех респондентах, то за год ничего не изменилось, но если говорить в разрезе возрастных групп, то желание выехать из поселка среди более молодых жителей увеличилось, а среди старшего поколения - уменьшилось. Это можно понять, так как, во-первых, проект направлен на этом этапе в большей степени не на создание рабочих мест, а на привлечение в поселок пенсионеров, которым рабочие места не нужны, и на благоустройство. Во-вторых, в 2015 году закрылось последнее подразделение бывшего леспромхоза.

Диаграмма 6

Диаграмма 7

Во всех группах жители стали менее счастливы. Это не коррелирует с тем, что появилось больше оптимизма по отношению к развитию поселка. С другой стороны, это можно объяснить тем, что закрылось производство и нарастают кризисные явления в экономике.

Диаграмма 8

Мы еще при опросе в январе обратили внимание на корреляцию ответов о доверии к незнакомым людям и посещением различных формальных и неформальных кружков. В декабре корреляция подтвердилась на более обширной выборке. Вывод можно сделать следующий: чем больше втянуто жителей в общие проекты, тем выше уровень доверия между ними, а также к пришлым людям, которые могут быть либо инвесторами, либо просто туристами. И эти наблюдения подтверждают так называемую «теорию социального капитала», выдвинутую Робертом Патнэмом.

Диаграммы 9, 10

С другой стороны, если посмотреть на ответы по возрастным группам, то результат мы увидим несколько иной. Конечно, на результат повлияла разница в количестве опрошенных, но общая тенденция очевидная: с возрастом доверие к незнакомым людям растет, а связь между участием в совместных мероприятиях и доверием к незнакомым людям снижается.

Диаграммы 11, 12

При ответе на вопрос о том, будет ли дорожать жилье в поселке, если навести порядок, то в целом более оптимистичны молодые поколения. Также стоит отметить, что добавилось оптимизма и возрастной группы от 36 до 49 лет.

При ответе на вопрос «повысилась ли цена на квартиры за 2015 год» 48% ответило утвердительно, при этом практически идентично на этот вопрос ответили, как скептики, так и оптимисты из предыдущего вопроса (45% и 49%).

Диаграмма 13

Диаграмма 14

Одной из задач, которые мы ставим в проекте – это повышение уровня доверия к органам власти и к органам местного самоуправления. Для этого в группе Вконтакте мы постоянно рассказываем о том, как идет сотрудничество, а также о том, как работает администрация поселения и депутаты. Но пока нам поднять уровень доверия к местным органам не удалось. Уровень доверия к Президенту РФ остался неизменным, а к органам власти субъекта немного снизился.

Диаграмма 15

Диаграмма 16

В опросе приняло участие 25,8% мужчин и 72,6% женщин.

По возрастным группа, образованию и роду деятельности участники опроса распределились следующим образом

Диаграммы 17, 18, 19

**Выводы.**

Год реализации проекта «Наш дом – Сия» показал, что целевой подход, предполагающий рост стоимости жилья посредством проведения благоустройства и постоянной рекламы, вызывает интерес не только у жителей поселка, но и у сторонних наблюдателей. Об этом говорит постоянный рост участников группы Вконтакте.

Несмотря на то, что большинство жителей все еще настроено пессимистично, процент жителей, которые считают, что Сия развивается, за год увеличился. Если учесть, что в этом году продолжали нарастать кризисные явления в целом в России и к тому же в поселке закрылся последний производственный объект из «старой экономики» - нижний склад, то мы считаем, что работали не зря.

По оценке жителей стоимость жилой недвижимости в поселке выросла. Мы надеемся, что жители увязывают этот рост с тем, что повышение связано с благоустройством поселка и рекламой благоустройства, а также считают, что бесплатный труд участников оплачен этим ростом. По крайней мере, мы постоянно эту связь объясняем. Также стоит отметить, что рост стоимости жилья в поселке происходит на фоне того, что во всей России стоимость жилой недвижимости падает.

К сожалению, мы пока не видим повышения уровня доверия к органам власти, а к органам местного самоуправления поселения уровень доверия даже снизился. Но, во многом, в этом виновата сама местная администрация, так как первые полгода достаточно подозрительно относилась к тому, что мы делали, то есть всячески демонстрировала, что она не доверяет жителям. Этот момент очень наглядно иллюстрирует, что недоверие взаимно: и со стороны граждан, и со стороны власти. Так, администрация поселения только в конце года начала размещать объявления и документы в группе Вконтакте, хотя такая возможность ей была предоставлена сразу.

Но, на наш взгляд, в будущем наша деятельность будет только повышать уровень взаимного доверия.

Стоит также отметить, что на проект обратили пристальное внимание журналисты, а то, что Союз журналистов Архангельской области стал официальным партнером проекта, это, как нам кажется, высочайшая оценка. Но при этом нашим проектом абсолютно не интересуются власти районного и областного уровня, по крайней мере, официально.

И в заключение. Целью проекта является накопление социального капитала в абсолютно депрессивном таежном поселке Русского Севера с целью повышения его капитализации. В конце концов, где сегодня можно заработать за 1-2 часа 100 тысяч рублей? А 300 тысяч?

Руководитель проекта «Наш дом – Сия» Павел Меньшуткин

https://vk.com/club87456842