

ИНИЦИАТИВНОЕ БЮДЖЕТИРОВАНИЕ

МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

Пособие подготовлено с использованием материалов
urbanopinion.com в рамках проекта Interreg EmPaci



EUROPEAN UNION

EUROPEAN
REGIONAL
DEVELOPMENT
FUND



WITH FINANCIAL
SUPPORT OF THE
RUSSIAN
FEDERATION

Санкт-Петербург

2021

СОДЕРЖАНИЕ



ЧТО?

- Что такое инициативное бюджетирование. Истоки возникновения.....6

ЗАЧЕМ?

- Почему важно рассказывать жителям о планах администрации?.....10

КАК?

- Сложности и риски.....18
- Участники процесса формирования городской среды.....20
- Инструменты онлайн и офлайн.....31
- Непрерывность процесса инициативного бюджетирования..... 49
- Как получать инициативы, а не жалобы.....51

ПРИЛОЖЕНИЕ.....52

ПРИМЕРЫ ПЛАКАТОВ, БРОШЮР, САЙТОВ.....53



ЧТО?

ЧТО ТАКОЕ ИНИЦИАТИВНОЕ БЮДЖЕТИРОВАНИЕ?

Активная позиция и инициативность горожан благоприятно влияет на развитие города, один из видов участия это **ИНИЦИАТИВНОЕ БЮДЖЕТИРОВАНИЕ**.



Рис. 1. Встреча жителей г. Суоярви для сбора идей по развитию набережной



Рис. 2. Встреча жителей г. Суоярви для сбора идей по развитию набережной

Инициативное бюджетирование или партиципаторное бюджетирование (ИБ, ПБ) - это форма непосредственного участия жителей в создании местного самоуправления путем выдвижения инициатив по целям расходования части бюджетных средств. То есть, это дает каждому горожанину возможность влиять на развитие проблемных мест в городе (посёлке, деревне и т.д.).

ИБ практикуют **больше чем в 40 странах** и реализуют проекты, отвечающие критериям инициативного бюджетирования.

Среди главных признаков ИБ:

- участие граждан на всех этапах реализации проектов;
- участие представителей органов власти в обсуждении проектов;
- распределение средств муниципальных и государственных бюджетов;
- регулярность и ежегодная повторяемость проведения проектов;
- открытость мероприятий и публичная отчетность о реализации проектов.

Источник: 50 вопросов об инициативном бюджетировании: учебное пособие / В. В. Вагин, К. В. Поминова, и соавт. — Москва: Филинь, 2018. — 86 с

ИСТОКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

История партиципаторного бюджетирования (ИБ, ПБ) началась в городе-миллионнике Порту-Алегри, столице Риу-Гранди-ду-Сул, самого южного штата Бразилии в 1980-х. Реформы начатые тогда в городе направляли на помощь бедному народу, многие жили в трущобах и не имели доступа к чистой воде, канализации, больницам, школам.

Успешный опыт в Порту-Алегри начинает стремительно тиражироваться. В начале на территории Бразилии, затем перешел в другие страны Латинской Америки.

В 1996 году ПБ получает признание на международной конференции UN Habitat в Стамбуле, как одна из лучших социальных практик.

В Россию ПБ приходит в начале 2000-х годов при поддержке государства реализовывались разные социальные проекты с участием граждан.

В 2007–2008 гг. в области ПБ появляются профессиональные сообщества в Бразилии, Колумбии, Аргентине, Испании и Германии. Возникают такие инициативы, как чилийский форум по ПБ, португальский проект Participatory Budget Initiative, британский PB Unit, американский Participatory Budgeting

Project и другие. В этот период появляются эксперты и организации, которые концентрируют в себе знание о партиципаторном бюджетировании.

Тенденция на ПБ с каждым годом усиливается, начинают интегрировать практики в сложные и комплексные системы гражданского вовлечения. **Сейчас ПБ применяют в 1700 городах мира в разных моделях, адаптируя методику под реалии своего населенного пункта.**

Стоит учесть, что ПБ не возникло бы без политической воли власти и ее стремления к демократизации, а также без наличия поддержки снизу – со стороны граждан, желающих изменить ситуацию в своих поселениях. Большую роль в распространении ПБ сыграли ООН, Всемирный банк и другие глобальные институты развития.





ЗАЧЕМ?

ПОЧЕМУ

важно рассказывать
жителям о планах
администрации?

Что же дает обществу ИБ, и почему так важно вовлекать людей в процесс развития территории? Несомненно, ИБ несет пользу для обеих сторон - как для администрации, так и для общественности. Давайте разберем подробнее.

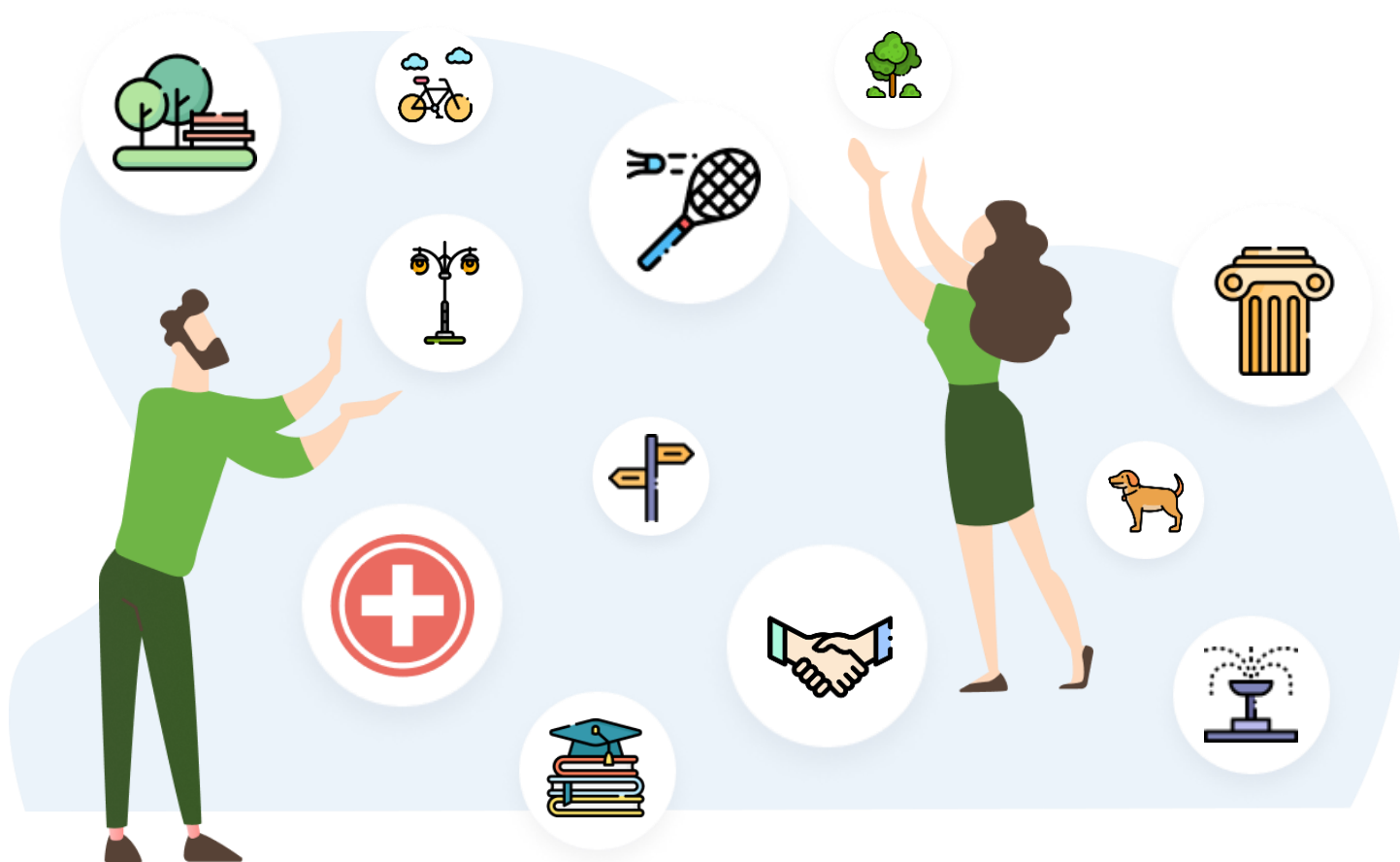


Рис. 3.

Администрации ИБ дает следующее:

1) Позитивный облик организации.

Демонстрация заинтересованности проблемами города несомненно будет позитивно воспринята гражданами при условии, что мероприятия в рамках ИБ не проводятся "для галочки", а имеют хотя бы минимальный результат, некую реализацию и эффекты от нее, а также изначально заложенные честные условия проведения.

2) Приоритизация бюджета.

Если большинство жителей выберет создание тихой зоны с дорожками, то нет смысла растрачивать бюджет на создание шумной территории со сценой и киосками. И наоборот. Местные жители как никто другой знают проблемы территории и помогут направить ее развитие в правильное русло, ведь нередко бывает, что не посоветовавшись с жителями, администрация закупает, к примеру, десяток дорогих и качественных, но как оказалось, не нужных скамеек, вместо, скажем, нескольких беседок в самых популярных для общения местах.

3) Формирование устойчивого

сообщества жителей. Диалог с населением помогает выявить самые активные группы граждан, которые и в дальнейшем будут готовы обсуждать важные вопросы, приходить на встречи, распространять информацию о мероприятиях по развитию территории. Таким образом формируется некий "костяк" гражданского общества, группа людей, заинтересованных в улучшении своего двора, района, города.

4) Формирование устойчивого сообщества представителей

бизнеса и НКО. Представители бизнеса, а также различных общественных организаций оказывают непосредственное влияние на развитие территорий. Они не только могут поддержать проект финансово, но и информационно, поделиться знаниями, принять участие в непосредственном улучшении территории своими руками, предоставить еще какие-либо дополнительные ресурсы.

А главное - такие организации смогут стать источником и началом изменений, помочь наладить диалог с населением, вовлечь жителей в процесс. Партнерства с бизнесом и различными НКО помогут сформировать на территории настоящее содружество по ее развитию.

5) Снижение конфликтов среди населения. Нередко на территории существуют группы населения с диаметрально противоположными взглядами и потребностями (молодежь и пожилые, семьи с детьми и владельцы собак, представители различных национальностей и др.). Открытый диалог может помочь этим группам населения наконец обсудить волнующие их вопросы в более организованном формате, взвесить все **ЗА** и **ПРОТИВ**, получить поддержку других групп населения и внимание администрации. В коммуникации рождается компромисс, а значит и пути решения существовавших ранее конфликтных ситуаций. Снижение негатива среди населения - это в свою очередь и закономерное снижение негативного отношения к администрации, ведь администрация готова выслушать, настроить диалог.

6) Основа для стратегии развития территории, база для проектировщиков. Инициативы и идеи жителей, выявляемые во время опросов населения могут лечь в основу будущих проектов развития территорий, проектов дизайна городской среды. Где добавить дорожку, где не хватает детских площадок, где неудобный спуск - на всё это могут указать жители, лучше всех знающие свой город. Для архитекторов все собранные данные - важная информация для формирования действительно качественного, а главное - нужного проекта.



Рис. 4. Иконка - озеленение. Изображение с сайта flaticon.com

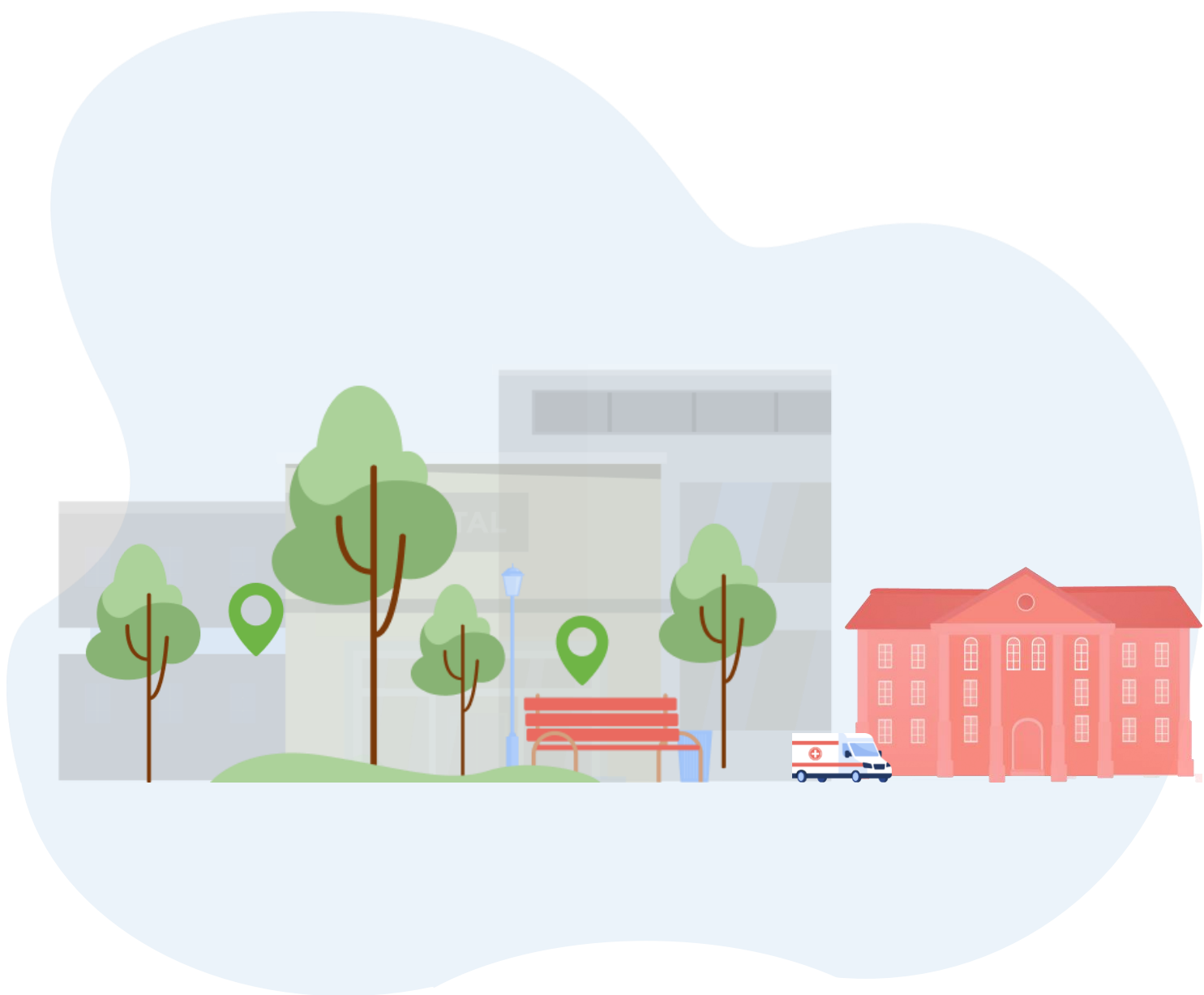


Рис. 5. Изображение с сайта freepik.com

Жителям ИБ дает следующее:

1) Возможность выразить свое мнение. Каждый хочет, чтобы его мнение услышали и учли. Часто у жителей много очень интересных и практичных идей по развитию территории, есть опыт и знания в определенных областях. А еще у жителей активно участвовать в жизни района. Главное - предоставить жителям разные варианты участия, чтобы каждый мог подобрать себе удобный формат. Например, у молодых мам может быть много идей, но мало времени. В таком случае им будут удобны интерактивные онлайн-форматы участия. Пожилые люди наоборот обладают большим количеством времени, опытом и пониманием многих проблем, однако не являются активными пользователями интернета, а значит им нужны различные варианты офлайн-вовлечения.

2) Поиск единомышленников, знакомство с соседями. В процессе обсуждения идей жители могут объединиться по интересам, сформировать группы поддержки определенных инициатив. Для кого-то

процесс инициативного бюджетирования станет отличной возможностью познакомиться с соседями, продемонстрировать свою активную позицию. В особенности это актуально для молодых семей с детьми или людей недавно переехавших в новый дом.

3) Ощущение принадлежности к территории. Часто акты вандализма или небрежного отношения к территории происходят там, где люди не чувствуют своей ответственности к уходу за пространством. Непосредственное участие в обсуждении или реализации проектов (в особенности посадка растений, строительство деревянных объектов, создание арт-объектов, уборка территории и т.д.) позволяют людям почувствовать, что это действительно их двор, район, город. Человек не станет разрушать или портить созданное своими руками. Более того - активные горожане готовы не просто ухаживать за своей территорией, но и защищать ее от недобросовестных граждан.



4) Формирование более активной гражданской позиции, повышение общего культурно-образовательного уровня. Часто люди даже не знают о том, какие возможности предоставляет им государство, не знакомы с современными тенденциями в градостроительстве и урбанистике. Информирование о практике инициативного бюджетирования, о примерах современных городских пространств позволяет сформировать у жителей новые интересы, расширить кругозор, предоставить возможность присоединиться к активистам и урбанистам, научиться корректно высказывать свое мнение и аргументировать его, а также участвовать в обсуждении идей других людей.

5) Прямое участие в распределении бюджета. Инициативное бюджетирование один из немногих случаев, когда действительно можно увидеть, как распределяются средства, а также принять в этом участие.

6) Возможность помочь в выявлении действительно важных проблем. Жители лучше всех знают насущные потребности двора, района, города. Обратит внимание общественности на действительно важные вещи - ответственная задача, которой не стоит пренебрегать.



Рис. 6. Фотография с сайта pexels.com

КАК?

Сложности и риски

Процесс вовлечения жителей в обсуждение важных вопросов таит в себе немало подводных камней.

Давайте разберемся. В нашем методическом пособии мы расскажем подробнее обо всех перечисленных ниже аспектах.

1) Привлечение жителей к подаче инициатив.

Это непростой процесс. Старайтесь комбинировать онлайн и офлайн методы для лучшего результата. В онлайн-пространстве больше всего людей приходит через посты и таргетинг во Вконтакте. Важно отметить, что для каждого района и города могут применяться свои наиболее подходящие методы вовлечения граждан - в шумном и суетливом мегаполисе могут отлично сработать онлайн-инструменты, в то время как в маленьком городе гораздо лучше будет совмещать офлайн и онлайн-инструменты, в том числе плакаты в подъездах, публикации в местных газетах и другие методы, которые позволяют активизировать население на более локальном уровне.

2) Включение пожилых в процесс инициативного бюджетирования.

Старшее поколение, как правило наиболее активное, но мало пользуется

интернетом. Для подачи информации подойдут плакаты в подъездах, местные газеты, анкеты в почтовых ящиках, а для сбора инициатив - волонтеры и принятие звонков на 8-800.

3) Результаты опроса.

Респондентов всегда волнует, что будет с их идеями, как их будут использовать. Постарайтесь подготовить ответы на эти вопросы заранее. Ну а самое главное - если спрашиваете людей, то будьте готовы брать в работу что-то из их предложений, либо аргументировать, почему это невозможно.

4) Продолжение истории, регулярность коммуникаций.

Развитие территории - непрерывный и сложный процесс, поэтому важно, не просто собрать мнения и реализовать некоторые из них, но и продолжить совместное развитие обновленной территории.

Следует заранее информировать граждан о том, какими будут следующие этапы проекта, в том числе, следует предоставить площадку - онлайн-портал или местную газету или любой другой подходящий метод, который позволит гражданам регулярно проверять ход инициативного бюджетирования, отслеживать статус инициатив и понимать, что будет реализовано, как проходит процесс реализации, что будет с территорией в дальнейшем.

5) Реальность респондентов - при использовании онлайн-площадки вход можно осуществлять через соцсети, Госуслуги или по номеру телефона. Также можно давать вход в Личный кабинет каждому конкретному собственнику жилья.

6) Перевес жалоб, а не предложений. Это одна из самых распространённых ситуаций, так как жителям сложно перейти от обсуждения насущных проблем к обсуждению инициатив по развитию города.

Для того, чтобы решить эту проблему существует несколько методов, в том числе необходимо:

- обучение населения - публикации на тему урбанистики и градостроительства, примеры качественного благоустройства, советы о том, как можно своими силами развивать территорию;
- правильный посыл в объявлениях, постах и описании портала сбора инициатив - необходимо сразу указать, что вы принимаете именно инициативы, идеи по развитию территории, а жалобы на проблемы вы получаете каким-либо другим методом;
- конкурсы на развитие территорий - это стимулирует граждан подавать идеи, и поможет вернуть диалог, обсуждение и голосование.



Рис. 7.

Участники процесса формирования городской среды

Участники любого градостроительного процесса - это все те, на кого оказывает влияние городская среда и те, кто могут сами оказывать влияние на нее.

Участниками соучаствующего проектирования, а также инициативного бюджетирования могут и должны быть не только архитекторы, администрация и жители, но и все, на кого так или иначе оказывает влияние городская среда и те, кто могут сами оказывать влияние на нее. Давайте разберем подробнее список возможных участников работы над проектом.



Рис. 8. Фотография с сайта pexels.com

Вид участника: Локальный бизнес (кофейни, небольшие магазины, салоны красоты, киоски и т.д.)

Возможная помощь в проекте:

1) Выделение средств и ресурсов на облагораживание территории рядом со своим объектом (озеленение, парковка, освещение, детская зона, зона отдыха, отдельный сбор). Локальному бизнесу можно напрямую передать эти запросы жителей, если требуется облагородить небольшую территорию, прилегающую к конкретным объектам. Такие изменения пойдут на пользу всем - администрация экономит ресурсы, бизнес

делает более привлекательное и современное пространство и повышает продажи, а жители получают удобный и красивый элемент городской среды;

2) Участие в обсуждении или благоустройстве больших городских территорий. Локальный бизнес часто знает о многих важных городских проблемах, будь то недостаточное освещение в парке или плохое дорожное покрытие на улице.

Соседство с такими недостатками городской среды негативно сказывается и на объектах малого бизнеса. Несмотря на то, что многие проблемы такого рода можно исправить только на уровне администрации района или города, локальный бизнес может принять участие в облагораживании пространства - как минимум подать

заявку о проблеме, принять участие в ее обсуждении;

3) Информирование населения. Местное кафе или небольшой магазин - отличное место для размещения плакатов и флаеров, которые проинформируют население о проведении инициативного бюджетирования и мероприятий в его рамках.

Вид участника: Крупный бизнес (торговые сети, торговые центры, банки и т.д.)

Возможная помощь в проекте:

1) Софинансирование крупных городских проектов. Как раз крупные организации способны поучаствовать в государственно-частном партнерстве, либо полностью профинансировать проекты, связанные с городской средой. Такой шаг снижает часть расходов с администрации, в то же время помогает бизнесу продемонстрировать свою заинтересованность в городских проблемах,

соответствие урбанистическим трендам, социальную и экологическую осознанность;

2) Информирование населения. Популярная торговая сеть - отличное место для размещения плакатов и флаеров, которые проинформируют население о проведении инициативного бюджетирования и мероприятий в его рамках.

Вид участника: Сообщества в соцсетях (группы, блогеры)

Возможная помощь в проекте:

1) Экспертиза. Среди аудитории групп может быть много специалистов в различных областях, готовых на безвозмездной основе помочь своими знаниями или умениями проекту развития территории;

2) Информирование населения. Посты и таргетинг в соцсетях - один из самых популярных и эффективных каналов информирования населения;

3) Проведение опросов. В постах можно провести опрос или голосование.

Вид участника: НКО (волонтеры, фонды, сообщества активистов и урбанистов, клубы по интересам, кружки)

Возможная помощь в проекте:

1) Участие в облагораживании территории. НКО часто могут выделить волонтеров и заинтересованных граждан, готовых не только обсудить проблемы территории, но и принять непосредственное участие в ее облагораживании - посадить растения, провести уборку, принять участие в строительстве временных малых архитектурных форм;

2) Экспертиза. Среди участников некоммерческих организаций

ных областях, готовых на безвозмездной основе помочь своими знаниями или умениями проекту развития территории;

3) Информирование населения. НКО - отличное место для размещения плакатов и флаеров, которые проинформируют население о проведении инициативного бюджетирования и мероприятий в его рамках. Кроме того, волонтеры могут разносить листовки по почтовым ящикам, проводить опросы, собирать мнение пожилых людей.

Вид участника: Образовательные организации (ДДУ, Школы, ВУЗы)

В различ- Возможная помощь в проекте:

1) Экспертиза. Среди родителей может быть много специалистов в различных областях, готовых на безвозмездной основе помочь своими знаниями или умениями проекту развития территории;

2) Информирование населения. Образовательные учреждения - отличное место для размещения плакатов и флаеров, которые проинформируют население о прове-

дении инициативного бюджетирования и мероприятий в его рамках. Кроме того, студенты могут разносить листовки по почтовым ящикам, проводить опросы, собирать мнение пожилых людей;

3) Предоставление помещения. На базе образовательных учреждений можно проводить встречи с жителями, направленные на обсуждение развития территории.

Вид участника: Девелоперские и управляющие компании

Возможная помощь в проекте:

1) Выделение средств и ресурсов на облагораживание территории рядом со своим объектом (озеленение, парковка, освещение, детская зона, зона отдыха, раздельный сбор). Девелоперской и управляющей компании можно напрямую передать эти запросы жителей, если требуется облагородить небольшую территорию, прилегающую к конкретным объектам. Такие изменения пойдут на пользу всем - администрация экономит ресурсы, бизнес сделает более привлекательное и современное пространство и повысит

продажи, а жители получат удобный и красивый элемент городской среды. Такой шаг снимает часть расходов с администрации, в то же время помогает бизнесу продемонстрировать свою заинтересованность в городских проблемах, соответствие урбанистическим трендам, социальную и экологическую осознанность;

2) Информирование населения. Девелоперские и управляющие компании могут помочь проинформировать своих жителей о мероприятиях инициативного бюджетирования.

Вид участника: Транспортные организации (общественный транспорт, такси)

Возможная помощь в проекте:

Информирование населения. Общественный транспорт и остановки общественного транспорта - отличное место для

и флаеров, которые проинформируют население о проведении инициативного бюджетирования и мероприятий в его рамках.

Вид участника: Многофункциональные центры документов, почтовые отделения, отделения банков

Возможная помощь в проекте:

Информирование населения. МФЦ и почта - отличные места для размещения плакатов и флаеров,

которые проинформируют население о проведении инициативного бюджетирования и мероприятий в его рамках.

Вид участника: СМИ (местная газета, теле-и-радио каналы)

Возможная помощь в проекте:

1) Экспертиза. Среди аудитории СМИ может быть много специалистов в различных областях, готовых на безвозмездной основе помочь своими знаниями или умениями проекту развития территории

2) Информирование населения. СМИ -

один из самых популярных и эффективных каналов информирования населения

3) Проведение опросов. В прямом эфире передачи на городскую тему можно провести опрос населения, собрать идеи в формате сообщений, звонка, голосования.

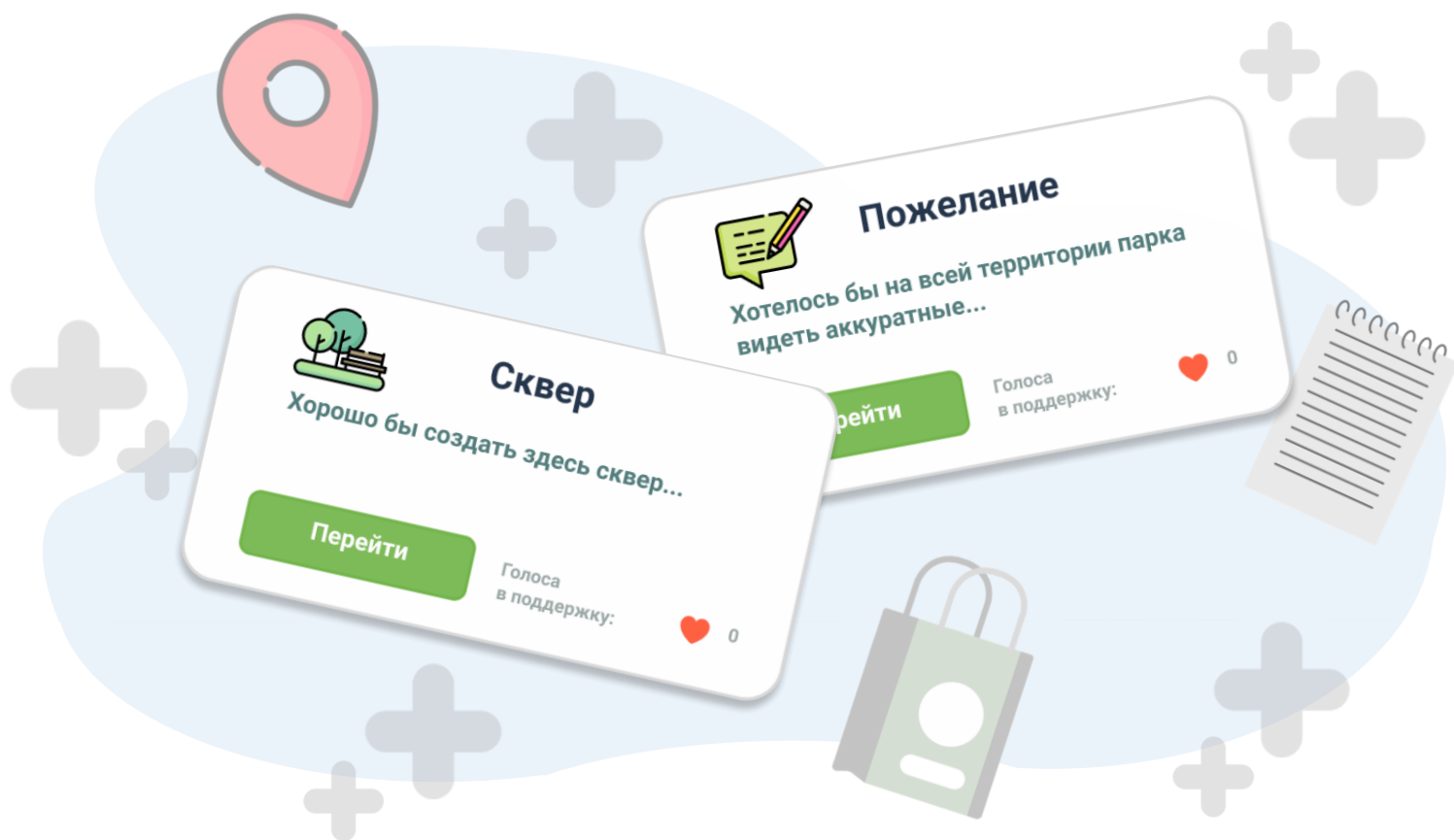


Рис. 9.

ТИПЫ ЖИТЕЛЕЙ

по возрасту



<p>Дети и подростки</p>	<p>Дети и подростки тоже должны участвовать в улучшении городской среды. Для них можно подобрать более простые и интерактивные форматы, например, конкурс рисунка, наклеивание стикеров с идеями на доску, различные градостроительные игры, воркшопы. Проводить эти мероприятия можно прямо на базе школы.</p>
<p>Молодежь (18 - 35 лет)</p>	<p>Это самые активные пользователи интернета, которые легко смогут воспользоваться онлайн-инструментами для инициативного бюджетирования. Стоит отметить, что именно студенты и молодежь могут помочь в организации как онлайн, так и офлайн-вовлечения. Среди молодежи можно найти много активных людей, готовых помочь с распространением информации и проведением встреч с жителями.</p>
<p>35-50 лет</p>	<p>Эти горожане опытные и зачастую активные, но и в то же время самые занятые люди - семья, работа. Все эти факторы не позволяют активно участвовать в офлайн-мероприятиях. Для этой группы населения можно предлагать различные варианты онлайн-участия. Однако, не стоит забывать и про офлайн-форматы (публикация в газете, флаеры в почтовом ящике, принятие смс и звонков и др.), так как нередко люди этой группы не так активны в интернете, предпочитают не тратить время в соцсетях, либо вообще ими не пользуются.</p>
<p>50-65 лет</p>	<p>Для этой группы населения следует предлагать как онлайн, так и офлайн-методы. С возрастом некоторые люди начинают становиться более активными пользователями интернета, стараются тянуться за внуками и детьми, пробуют научиться использовать новые инструменты. Однако, есть и те, кто достаточно консервативен и не является активным пользователем интернета, для таких людей скорее подойдут живые встречи, возможность высказаться, применить свой опыт.</p>
<p>Ближе к пожилому возрасту 65-80 лет</p>	<p>Для пожилых людей необходимо предлагать комфортные варианты офлайн-вовлечения - информирование плакатами в подъездах и отделениях почты и МФЦ, библиотеках, флаерами в почтовых ящиках. Сбор идей можно организовать с помощью волонтеров или принимать звонки на бесплатный номер 8-800.</p>

ТИПЫ ЖИТЕЛЕЙ

по интересам, активности, занятости
и другим параметрам



<p>Безработные</p>	<p>Этот тип жителей может позволить себе прийти и на живые встречи, если не относится к группам молодые семьи с детьми, пожилые и люди с ограниченными возможностями. Отличной идеей будет привлечь этих людей к активным действиям по непосредственному благоустройству территории или к распространению информации об инициативном бюджетировании. Для этих людей такая активность может стать полезной для того, чтобы научиться чему-то новому получить навыки, которые помогут им в поиске и получении новой работы, если это необходимо.</p>
<p>Студенты</p>	<p>Студентам подходят как онлайн, так и офлайн-форматы вовлечения и участия в инициативном бюджетировании, так как у этой группы населения и больше свободного времени, и больше интереса для участия в таких проектах. Таким образом, студенты могут стать не только теми, кто подает инициативы, но и теми, кто помогает информировать других граждан, организовывать мероприятия и даже воплощать некоторые инициативы в жизнь.</p>
<p>Молодые семьи с детьми</p>	<p>Как правило молодые семьи - самые активные пользователи городской среды - они много гуляют, посещают различные объекты культуры и отдыха. Мамы с колясками и маленькими детьми хорошо знают проблемы района - отсутствие пандусов, потребность в новом парке или детской площадке. Эта группа людей открыта к общению, однако, вряд ли у них найдется время для посещения встреч жителей. Для молодых семей нужны онлайн-инструменты, в которых можно быстро оставить свои идеи и комментарии.</p> <p>Для информирования такого типа жителей подойдут, как посты в соцсетях, так и простые офлайн-инструменты - плакаты в подъездах, в школах, ДДУ, библиотеках, местных кафе.</p>

	<p>Очень важно помогать родителям вовлечь детей в процесс развития городской среды - для детей будет полезно участие в конкурсах рисунка, воркшопах, градостроительных играх, посадках растений, создании деревянных объектов (скворечники, скамейки, арт-объекты).</p>
<p>Владельцы собак</p>	<p>Эта группа жителей иногда может находиться в конфликте с семьями с детьми или с пожилыми людьми, поэтому так важно обеспечить их диалог и взаимопонимание, по возможности приглашать на совместные встречи.</p>
<p>Экспаты, иностранцы</p>	<p>Люди из других стран, проживающие длительное время на вашей территории, несомненно должны быть включены в процесс обсуждения городской среды. Для снижения непонимания и конфликтов необходимо приглашать на встречи всех граждан, включая иностранцев, однако, следует не забывать, что тогда на встрече необходим переводчик. При использовании онлайн-форматов вовлечения и голосования лучше использовать платформы, позволяющие выбрать не только язык вашей страны, но и английский, чтобы представители других стран могли пройти опрос. Если необходимо, то информацию об инициативном бюджетировании можно распространить через посольства, культурные центры стран, иностранных студентов университетов. Студенты также могут выступить в качестве волонтеров для сбора инициатив иностранных граждан.</p>
<p>Любители спорта</p>	<p>Спортивные площадки, как и детские могут стать отличным местом для размещения информации об инициативном бюджетировании. Любители спорта как правило состоят в сообществах по интересам или играют командой, так что они обязательно смогут донести увиденную информацию до других граждан.</p>

Тип жителей по возрасту

Особенности вовлечения в процесс

Работающие удаленно

Люди, работающие удаленно, конечно меньше пользуются общественным транспортом, но остальные компоненты городской среды они могут потреблять также активно, как и остальные жители. Наоборот запрос на комфорт у них гораздо выше, ведь они хотели бы видеть рядом с домом комфортную среду и всю инфраструктуру.

Этот тип жителей в особенности ценит свое личное время. Людям, работающим удаленно, удобнее выразить свое мнение в онлайн-формате, нежели идти на живую встречу.

Инвалиды (люди с ограниченными возможностями)

Этот тип жителей не может посетить все встречи вживую, поэтому для участия в обсуждении необходимо предоставить онлайн-формат, можно организовать видео-встречи или голосование в интернете. Важно учитывать мнение этого типа жителей, потому что люди с ограниченными возможностями не только больше других нуждаются в комфортной среде и нашей помощи, но и как раз могут указать на проблемы в благоустройстве территории и в архитектуре общественных и жилых зданий.

Городские активисты и урбанисты

Это самый активный тип жителей. Как раз они будут соорганизаторами вашего проекта - они не только сами смогут принять участие в опросе и обсуждении, но и смогут распространить информацию среди других граждан, а также поучаствовать в организации и проведении встреч и возможно непосредственно в благоустройстве территории (посадка деревьев или строительство каких-то небольших объектов).



ИНСТРУМЕНТЫ ОНЛАЙН И ОФЛАЙН

Для эффективной работы над проектом необходимо использовать, как офлайн так и онлайн-инструменты. Именно их совмещение дает наилучшие результаты, так как позволяет оповестить о происходящем и вовлечь в инициативное бюджетирование как можно больше представителей разных групп населения



Рис. 10.

ОФЛАЙН-ИНСТРУМЕНТЫ



Тип инструмента	Для каких групп населения	Что дает
<p>Публикация в местной газете</p>	<p>Подходит для информирования пожилых людей, людей среднего возраста, а также тех, кто не так активно пользуются интернетом.</p>	<p>Помогает представить информацию более официально и сохранить её на долгое время, так как люди могут иметь доступ к распечатанной газете в любое время, если оставят её у себя. Кроме того газету можно распространить в почтовые ящики, так вы сможете донести информацию до всех жителей.</p>
<p>Сюжет на местном теле-, радио канале</p>	<p>Подходит для жителей, которые не активно пользуются интернетом, например для пожилых, людей среднего возраста, но также такой канал связи может быть актуален и для молодых жителей и людей среднего возраста, которые активно работают - в таком случае новости в утренней передаче на телеканале могут быть для них актуальны и могут проинформировать об инициативном бюджетировании. Радио - сюжеты подойдут для тех, кто находится за рулём или работает дома и активно слушает городскую радиосеть, также этот формат подойдет и для пожилых граждан и людей среднего возраста, которые не так активно пользуются интернетом, зато являются активными слушателями радио.</p>	<p>Помогает представить информацию более официально, а также дать хорошую визуализацию территории, для которой будет проходить сбор инициатив, так как в телепередаче можно показать сюжет о территории, что касается радио-сюжетов, то здесь есть возможность дать живое интервью с администрацией или с другими участниками процесса инициативного бюджетирования.</p>

Тип инструмента	Для каких групп населения	Что дает
Флаеры и плакаты в важных точках района (МФЦ, почта, банк, здание администрации, школа, библиотека)	Для широкого круга жителей. Почта, банк, МФЦ - подходят для людей среднего возраста и пожилых. Школа и ДДУ для молодых семей с детьми.	Помогает представить информацию более официально, а также продемонстрировать ее рядом и наравне с другими возможностями и услугами, которые предоставляет государство.
Листовки в почтовых ящиках	Для всех жителей.	Помогают распространить информацию среди всех жителей.
Плакаты в подъездах	Для всех жителей.	Плакаты в подъезде заметны для всех, при правильной и емкой подаче информации плакат может донести основные аспекты до жителей, пока те ожидают лифт или проверяют почтовый ящик.
Сувениры с символикой	Для всех жителей.	На мероприятиях для детей (конкурсы, спартакиады) и для взрослых (концерты, конкурсы) можно дарить в числе других подарков сувениры с символикой портала инициативного бюджетирования или вашего района, города. Таким образом можно привлечь внимание к инициативному бюджетированию, прорекламировать его.

Тип инструмента	Для каких групп населения	Что дает
Мероприятия по тематике опроса/ развития территории	Для всех жителей.	Посадка деревьев, фотовыставка, строительство арт-объектов, уборка мусора, создание скворечников и кормушек - все это и другие мероприятия отличный повод объединить жителей в сообщества, наладить их контакт с администрацией, проинформировать об инициативном бюджетировании, а также показать, как можно развивать пространство вокруг себя.
Лекции	Для всех жителей.	Часто жители не знают современных тенденций в благоустройстве, градостроительных норм и многих других важных аспектов, связанных с городской средой. Познакомьте горожан с полезной им информацией посредством лекций.
Волонтеры	Для пожилых и людей с ограниченными возможностями	Волонтеры помогут собрать и оцифровать идеи людей, которые не могут посетить офлайн-мероприятия или не пользуются интернетом
Фокус-группы, встречи	Для всех жителей	В зависимости от тематики вашего опроса или направлений по которым идет инициативное бюджетирование вы можете проводить глубинные интервью с различными группами населения. Такой метод поможет выявить детали проблем городской среды, лучше понять ваших жителей - их потребности и интересы



ОНЛАЙН-ИНСТРУМЕНТЫ



Тип инструмента	Для каких групп населения	Что дает
Заметка или виджет на сайте администрации	Для всех жителей, но в основном для среднего и пожилого возраста	Позволяет представить информацию более официально, в особенности тем группам жителей, которые предпочитают активно следить за действиями администрации, реализацией проектов и распределением бюджета.
Пост в группе администрации	Для всех жителей, но в основном для среднего и пожилого возраста	Аналогично с первым пунктом, но позволяет представить информацию в более современном виде, в том числе более удобном для молодых жителей.
Посты в группах других тематик	Для всех жителей	Позволяет расширить круг жителей, которые могут узнать об инициативном бюджетировании.
Таргетинг в соцсетях	Для всех жителей	Один из методов информирования большого количества граждан. Однако он может быть финансово затратным в отличие от поста в группе администрации или дружественных групп, которые могут позволить вам прорекламить инициативное бюджетирование на бартерной или бесплатной основе.
Принятие звонков и смс	Для пожилых людей, тех кто не активно пользуется интернетом, а также для людей с ограниченными возможностями	Простой и понятный метод для принятия инициатив жителей, которые не смогут посетить живую встречу, а также не смогут изъяснить своё мнение через интернет

Тип инструмента	Для каких групп населения	Что дает
Рассылка по e-mail и в личные сообщения	Для самых активных жителей	Если вы уже знаете конкретных людей, заинтересованных в развитии города и активно участвующих в развитии территорий, и у вас есть их e-mail или ссылка на профиль ВКонтакте, то вы можете написать напрямую. Жители не только подадут свои инициативы, но и помогут распространить информацию об инициативном бюджетировании среди соседей
Опрос на специализированном сайте	Для всех типов жителей, но в основном для тех, кто активно пользуется интернетом	Вы можете сформировать отдельный портал для сбора инициатив. Важно, чтобы у него был простой и понятный интерфейс, и переход на него тоже был простым, например через виджет на сайте администрации
Лекции	Для всех жителей	Лекции могут проходить в онлайн-формате, тем более это удобно в эпоху пандемии. Вы можете рассказать большому количеству жителей разного возраста, интересов и специализации о градостроительстве, трендах в урбанистике, о том, как развивать территорию, о работе вашего портала, о том, какие инициативы можно и нужно подавать

В настоящее время появилось много сервисов, позволяющих проводить интерактивную работу с жителями.



Примеры некоторых онлайн-сервисов и онлайн-инструментов



Рис. 11.

ВИДЕОКОНФЕРЕНЦИЯ

Zoom

<https://zoom.us/>

Можно проводить лекции, собрания, презентации проектов. Есть бесплатная версия 40 минут и различные варианты бизнес-версий. Удобный переход по ссылке. Это один из самых популярных сервисов, им умеют пользоваться многие люди

Whereby

<https://whereby.com/>

Возможна работа прямо в браузере, не требуется никаких дополнительных установок. Однако, сервис не такой известный как Zoom

Spatial chat

<https://spatial.chat/>

Это один из самых интерактивных сервисов для онлайн-мероприятий, в нём можно создать виртуальное пространство, то есть на виртуальном фоне, на котором, например, могут быть изображены столы, кресла и так далее, может проходить ваша онлайн-встреча жителей, и все участники будут отражены в виде иконок с аватарами, смогут перемещаться по этому виртуальному полю и объединяться в группы или, например, слушать одного выступающего

ОПРОС

GoogleForm

https://www.google.com/intl/ru_ru/forms/about/

Это самый популярный сервис для опросов - он бесплатный и лёгкий в использовании, передать опрос можно просто с помощью ссылки. В данном сервисе можно формировать различные типы вопросов как с текстовыми ответами, так и множественным выбором и различные другие варианты

Typeform

<https://www.typeform.com/>

В этом сервисе можно сформировать красивые и более интерактивные опросы, в которых каждый следующий вопрос будет возникать по очереди, и у респондента будет ощущение, что он участвует в некоем диалоге. Кроме того, опрос можно красиво оформить с помощью различных шрифтов, фона, изображений и видео. Однако, у сервиса очень ограниченная бесплатная версия, а платная не является бюджетным вариантом для многих организаций

SurveyMonkey

<https://www.surveymonkey.com/mp/global/russia/>

Один из качественных сервисов для опросов - предоставляет различные виды вопросов и качественную аналитику

ПЛАТФОРМА ВОВЛЕЧЕНИЯ

Urbanpinion

<http://urbanpinion.com>

Сервис для создания опросов о городской среде, а также платформ инициативного бюджетирования. Пользователь получает лендинг с основной информацией о своём проекте с изображениями, контактами, а самое главное интерактивной картой, на которой респонденты смогут оставлять свои инициативы. По итогам опроса или действий на портале в личном кабинете выводится аналитика. Кроме того сервис предоставляет создание расширенного альбома аналитики по запросу, а также продвижение в онлайн и офлайн и дизайн плакатов и постов для продвижения. Сервис действует по принципу подписки, предоставляет свои услуги как для активистов и небольших групп граждан, так и для организаций, причём можно оформить подписку или всё-таки выбрать создание опроса или портала под конкретный проект на один месяц

Maptionnaire

<https://maptionnaire.com/>

Сервис для создания опросов о городской среде, а также городских порталов по сбору инициатив. Основным элементом данного сервиса является карта, на которой можно собирать инициативы жителей. Существуют различные виды подписки, можно подобрать наиболее удобную

ИНТЕРАКТИВНАЯ ДОСКА

Miro

<https://miro.com/>

Свободное виртуальное пространство, в котором можно совместно рисовать, создавать схемы, графики, обсуждать дизайн и любые другие решения, связанные с развитием территории

Mural


<https://www.mural.com/>

Свободное виртуальное пространство, в котором можно совместно рисовать, создавать схемы, графики, обсуждать дизайн и любые другие решения, связанные с развитием территории



Рис. 12.

Опросы можно проводить как в соцсетях, так и через специальные формы или сервисы. Для каких-то случаев удобны и более традиционные методы. Рассмотрим основной функционал разных инструментов для опросов, а затем поговорим о том, для каких случаев подойдет каждый из них.

ФУНКЦИИ	VK Fb	GoogleForm Typeform	PDF-анкета в рассылке	Urbanpinion и др. спе- циальные платформы	Бумажные анкеты (в ящи- ках или полу- ченные на руки)	
Комментари и и диалог респонденто в	+			+		
Голосование	+	+	+	+	+	+
Несколько вопросов в анкете		+	+	+	+	+
Регистрация респонденто в	+	+		+		
Аналитика	+	+		+		
Наглядность и открытость ответов	+			+		
Оформление страницы опроса		+	+	+	+	
Удобная обратная связь	+	+	+	+		+



Для каких же случаев подойдет каждый из инструментов:

- если вам нужен быстрый прикидочный опрос, чтобы определить фокус дальнейшего исследования, или же окраску отношения жителей к какой-либо проблеме, то проще всего провести краткий опрос в соцсети. Так вы получите быстрый срез мнений, а также сразу увидите, на какие группы делится аудитория, и сможете зафиксировать для последующей работы контакты позитивных активных граждан;
- если вам нужен подробный опрос, то можно предложить жителям бумажные анкеты или pdf-рассылку, в особенности, если вы работаете с сегментом пожилых жителей. Однако учтите, что вам придется не только разнести/разослать анкеты, но и собрать их обратно, а также потом произвести анализ ответов и их внесение в базу данных;
- более простой аналоговой формой предыдущего способа может быть рассылка онлайн-анкет, оформленных в специальных сервисах типа google-form;
- если же вы хотите организовать более масштабный процесс инициативного бюджетирования с активным обсуждением и голосованием, то лучше остановить свой выбор на специально предназначенных для этого платформах.

Немаловажным аспектом является способ регистрации респондентов на портале или во время опроса. Рассмотрим основные способы.



Рис. 13.

Способы авторизации	Особенности
Через соцсеть	<p>Это самый простой и быстрый способ авторизации, по возможности важно предложить различные варианты соцсетей, например ВКонтакте, Facebook Одноклассники, так как представители разных городов, а также люди с разными интересами и люди разного возраста могут предпочитать определённые соцсети. Регистрация через соцсеть быстрый и простой способ, однако следует учитывать, что он подходит не для всех групп пользователей, так как не все люди пользуются соцсетями, либо не все хотят проходить полную верификацию и предоставлять доступ к своей личной странице</p>
Через email	<p>Это один из самых классических методов регистрации на портале, однако он не позволяет отследить реальность респондентов, так как человек может зарегистрироваться с нескольких email. Для того чтобы исключить такой момент необходимо отслеживать IP каждого пользователя. Кроме того такой способ может быть сложным для пользователей, так как когда пользователь забыл пароль, ему приходится его восстанавливать, и это отнимает лишнее время, зато у вас в базе сохранится e-mail человека, и вы сможете в дальнейшем отправить ему какое-либо письмо или ответ насчёт возможности реализации его инициативы</p>
Госуслуги	<p>Это один из самых надежных методов, так как можно быть уверенным в реальности респондентов, ведь они заранее подтвердили свою личность на государственном сервисе. Этот способ достаточно быстрый, в особенности, если у пользователя сохранены пароли для Госуслуг, тогда вход будет практически автоматическим как и через соцсети</p>
Номер телефона	<p>Номер телефона не такой быстрый способ регистрации, зато он тоже достаточно надежный. Кроме того Вы можете организовать таким образом регистрацию конкретных собственников жилья, если, например, вы знаете, привязку мест проживания к конкретным номерам, и, таким образом, вы сможете удостовериться, что доступ к вашему опросу получили именно те люди, которые вам необходимы. В дальнейшем вы сможете держать с ними связь через номер телефона и, в случае необходимости, перезвонить, либо отправить SMS, так как данные сохраняются в вашей базе</p>

Google-
аккаунт

Удобный способ для тех, кто не пользуется соцсетями или не зарегистрирован на Госуслугах, однако хотел бы пройти быструю и лёгкую регистрацию с помощью своего Google-аккаунта. Однако этот способ не позволяет провести точную верификацию пользователя, так как всё-таки Google-аккаунт привязывается к почте, а их может быть создано несколько. В таком случае тоже нужно следить за IP респондентов



Рис. 14.

Непрерывность процесса инициативного бюджетирования.

Инициативное бюджетирование обязательно должно быть непрерывным процессом и состоять из нескольких этапов, каждый из которых несёт свою определенную функцию и не может быть исключен из общего процесса. В России существует документ, накладывающий некоторые

ограничения на процесс инициативного бюджетирования - [Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ \(ред. от 01.07.2021\) Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации](#)

Мы расскажем вам об одном из возможных вариантов формирования процесса инициативного бюджетирования. Такие шаги по реализации бюджета с участием населения применяются во многих европейских странах и уже доказали свою эффективность.

1. Подготовка - подготовлены методические рекомендации и утверждено описание процедуры, в муниципальном бюджете предусмотрены средства на реализацию инициативы, а также созвана консультативная рабочая группа.

2. Информирование населения - жители информируются о запланированных мероприятиях в муниципалитете различными способами, они знакомятся с основными целями, сроками и принципами подачи инициативы. Мы рекомендуем размещать эту информацию на веб-сайте муниципалитета, в социальных сетях или раздавать листовки.

3. Семинары идей - во время которых жители подают и обсуждают возможные идеи с сообществом, встречи с сообществом организуются в различных форматах. Это может происходить как во время живых встреч, так и на виртуальных площадках, где жителям предоставляется возможность выразить свои идеи и первоначальные предложения.

4. Подготовка проектных идей - из идей формируются конкретные и финансово обоснованные предложения, жители собираются в группы, консультируются с экспертами, консультативной группой по различным вопросам. Это можно сделать, организовав семинары или встречи в другом формате.

5. Подача проектных идей - подготовленные проектные идеи передаются в рабочую группу, созданную самоуправлением.

6. Оценка проектных идей - проводится избранными представителями муниципалитета, поэтому важно иметь определенные критерии оценки и механизмы отбора, их рекомендуется разрабатывать вместе с администрацией города, оргкомитетом и гражданами. Эти критерии должны быть обнародованы и должны быть установлены до начала процесса составления бюджета. Отобранные проектные идеи передаются жителям на голосование.

7. Корректировка проектных идей - после оценки проектных идей группе авторов идей, при необходимости, предоставляются комментарии и предложения о том, как жители могут улучшить идею, чтобы она соответствовала критериям, а также рассмотреть, например, дополнительные расходы. Таким образом, возвращение жителям идей по доработке и усовершенствованию дает возможность еще больше уточнить предложение и сделать его применимым ко всему

сообществу, городу или муниципалитету.

8. Одобрение идей жителями посредством голосования - в ходе голосования жители выбирают один или несколько проектов, которые им нравятся. Голосование может быть организовано как наиболее привычным методом путем опускания бюллетеней в урну для голосования, так и виртуально, используя различные платформы.

9. Объявление победителей - победители могут быть объявлены различными способами, при помощи сообщения в средствах массовой информации, на веб-сайте муниципалитета, на информационных досках и т. д.

10. Реализация и мониторинг проектов-победителей - администрация города, подготовив технические планы, несет ответственность перед обществом за весь процесс реализации проектов-победителей. Могут быть созданы специальные гражданские комитеты для наблюдения за реализацией проектов, а муниципалитет может предоставлять публичную информацию о ходе реализации проектов.

Как получать инициативы, а не жалобы

Часто люди не хотят спрашивать, потому что боятся получить негатив и жалобы вместо идей и предложений

Чтобы направить ответы в нужное русло:

Обозначьте задачу правильно. Ваш портал или опрос сразу должен называться "Идеи для...", "Мой город _____", "Твой бюджет" и т.п. Это просто, но об этом часто забывают. Если вы создаете портал, то в будущем можете провести среди жителей конкурс на его название. Это усилит позиции данного ресурса, а также позволит дополнительно проинформировать граждан.

Задайте правильные вопросы. Спросите жителей - Каким вы хотели бы видеть это пространство? Что вы хотели бы сюда добавить? Избегайте слов проблема, исправить и т.д.

Задайте категории. Если вы не хотите жалоб о ямах на дороге, сразу предложите обсудить более позитивные категории - озеленение, спортивные площадки и т.д. Вам виднее. Можно обозначить четкие ограничения, на что конкретно предполагается распределение выделенного бюджета

Поощряйте. Можно предложить жителям подарки за самые интересные идеи. Поверьте, никто не захочет подавать на конкурс сообщение об отвалившейся штукатурке.

Обучайте. Часто жители просто не знают, что можно предлагать. Покажите им полезные видео или статьи о комфортной городской среде и трендах в урбанистике. Это поможет жителям вдохновиться

Ну и конечно важно понимать, что хорошие идеи возникают там, где:

- налажен диалог с властью
- решены самые насущные проблемы

Эти 2 фактора позволяют жителям спокойно размышлять о развитии территории, понимая, что их услышат, а также, что более насущные, но всё-таки стандартные, темы вроде плохой контейнерной площадки будут в любом случае решены, и не сформируется ситуация, когда бюджет брошен на создание невероятного парка, в то время как население испытывает массу других проблем

Приложение

Примеры плакатов, брошюр, сайтов и т.д.

Для продвижения желательно разработать комплект материалов в едином стиле, например плакаты, флаеры, изображения для постов, продукцию с логотипом. Лучше, если вы выберете не более 3-х основных цветов и 3-х размеров шрифта для ваших информационных материалов. Для более легкого восприятия текста и изображений используйте белый фон. Плакаты удобнее делать формата А4 или А3, флаеры А5.

Что желательно разместить на плакате:

- Логотип проекта / портала / организации / города;
- Более крупным шрифтом - основной призыв к жителям / Название проекта;
- Приглашение к опросу / мероприятию, более подробное описание задачи;
- Адрес подачи инициатив/адрес проведения мероприятия, дата / срок, контактное лицо. Если есть ссылка на портал подачи инициатив или сайт администрации, то ее можно разместить текстово или в виде QR-кода.

Что желательно разместить на флаере:

- Логотип проекта / портала / организации / города;
- Более крупным шрифтом - основной призыв к жителям / Название проекта;

- Приглашение к опросу / мероприятию, описание задачи, меньшее по объему текста, чем на плакате;
- Адрес подачи инициатив / адрес проведения мероприятия, дата / срок, контактное лицо. Если есть ссылка на портал подачи инициатив или сайт администрации, то ее можно разместить текстово или в виде QR-кода.

Что желательно разместить на изображении к посту:

- Логотип проекта / портала / организации / города;
- Крупным шрифтом - основной призыв к жителям / Название проекта;
- Дата / срок проведения;
- Если есть ссылка на портал подачи инициатив или сайт администрации, то ее можно разместить текстово или в виде QR-кода.

Пример плаката

МОЙ СУОЯРВИ

**ПРЕДЛОЖИ СВОИ ОБЪЕКТЫ
ДЛЯ БЛАГОУСТРОЙСТВА
БЕРЕГА СУОЯРВСКОГО ОЗЕРА**

Обустройство береговой линии вдоль Суоярвского озера

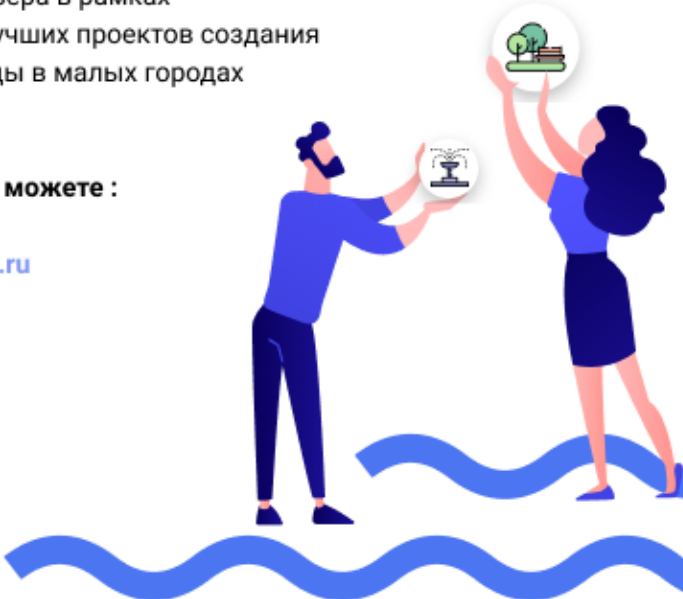
Администрация муниципального образования
"Суоярвский район" приглашает всех неравнодушных
и инициативных жителей города решать вопросы
благоустройства и развития города вместе!
Предложите свои идеи для благоустройства береговой
линии вдоль Суоярвского озера в рамках
Всероссийского конкурса лучших проектов создания
комфортной городской среды в малых городах
и исторических поселениях

Предложить свою идею вы можете :

На сайте bereg-moi-suoyarvi.ru



Адрес и телефон
администрации г. Суоярви:
8(81457)5-14-50
186870, г. Суоярви,
ул. Шельшакова, 6



Interreg
Baltic Sea Region
EmPaci



EUROPEAN UNION
REGIONAL
DEVELOPMENT
FUND



WITH FINANCIAL
SUPPORT OF THE
RUSSIAN
FEDERATION

Рис. 15.

Пример флаера


МОЙ СУОЯРВИ

**ПРЕДЛОЖИ СВОИ ОБЪЕКТЫ
ДЛЯ БЛАГОУСТРОЙСТВА
БЕРЕГА СУОЯРВСКОГО ОЗЕРА**

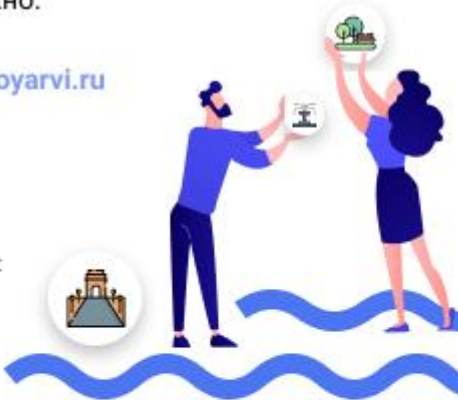
Администрация муниципального образования
"Суоярвский район" приглашает принять
участие в обустройстве береговой линии
вдоль Суоярвского озера




Предложить идею можно:

На сайте bereg-moi-suoyarvi.ru



Адрес и телефон
администрации г. Суоярви:
8(81457)5-14-50
186870, г. Суоярви,
ул. Шельшакова, 6



Interreg
Baltic Sea Region
Erasmus+
EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL
DEVELOPMENT
FUND
REPUBLICANICAL
SUPPORT OF THE
RUSSIAN
FEDERATION

Рис. 16.

Пример изображения для поста

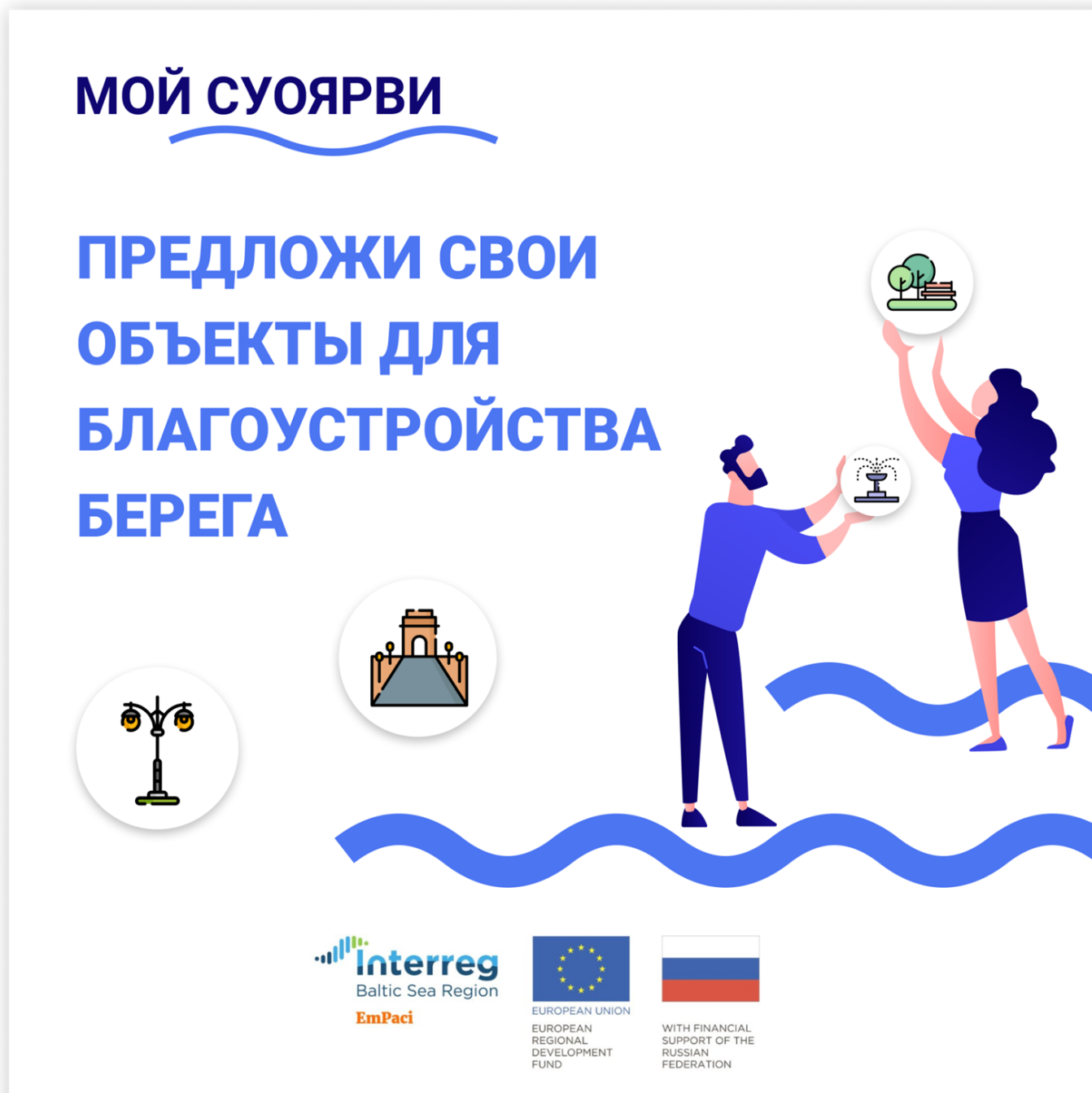


Рис. 17.

Пример флаера

КАЛИНИНГРАД

ПРЕДЛОЖИТЕ СВОИ ИДЕИ ДЛЯ РАЙОНА КАЗАРМЫ «КРОНПРИНЦ»

Балтийский филиал ГМИИ им. А.С. Пушкина в рамках проекта «Urban Cultural Planning» приглашает принять участие в развитии казармы «Кронпринц» и прилегающего к ней района

Предложить идею можно:
на сайте otmetky-kronprinz.ru



Контакты:
Руководитель проекта
Юлия Бардун
yulia.bardun@ncca.pushkinmuseum.art



ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЦЕНТР
СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА
ИМЕНИ А.С. ПУШКИНА

ГЦСИ

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЦЕНТР
СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА



U^C Urb
Cultural
Planning

Рис. 18.

Пример изображения для поста

КАЛИНИНГРАД

ПРЕДЛОЖИТЕ СВОИ
ИДЕИ ДЛЯ
РАЙОНА КАЗАРМЫ
«КРОНПРИНЦ»

otmetky-kronprinz.ru

Interreg Baltic Sea Region

EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND.

WITH FINANCIAL SUPPORT OF THE RUSSIAN FEDERATION

Государственный музей изобразительных искусств имени А.С. Пушкина

ГЦСИ

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЦЕНТР СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА

Urb Cultural Planning

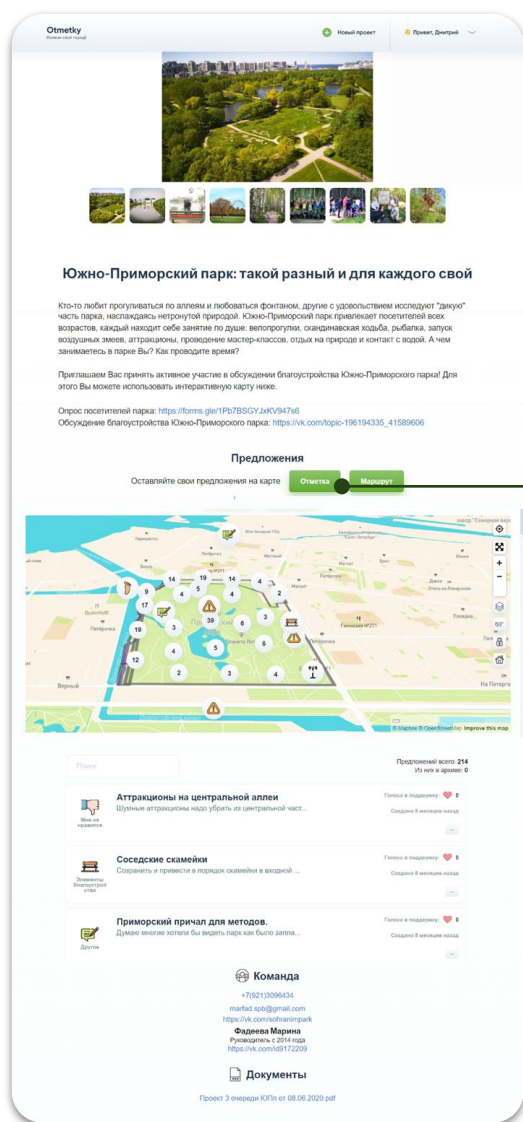
Рис. 19.

Пример изображения для поста



Рис. 20.

Пример оформления сайта



Галерея

Описание опроса

Кнопка с формой опроса

Интерактивная карта (опционально)

Карточки с инициативами, голосование

Контакты и документы

Рис. 21.

Пример продукции с логотипом

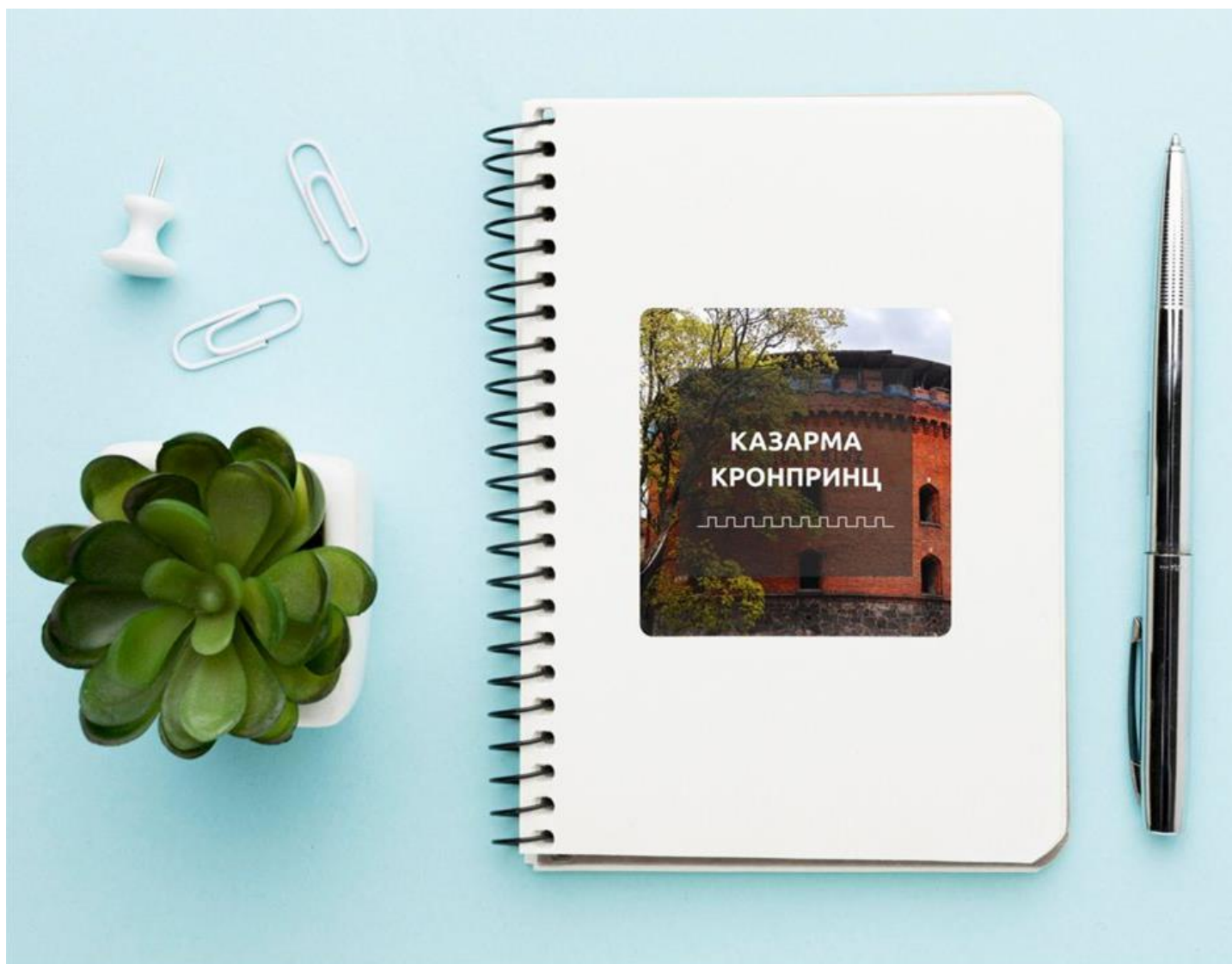


Рис. 22.

Пример продукции с логотипом



Рис. 23.

URBANPINION

КОМАНДА

Герасимова Надежда

Идеолог, урбанист, контактное лицо

https://t.me/nadejda_architect

+79219226016

hello@urbanpinion.com

Кауров Дмитрий

Фулстек разработчик

Каурова Маргарита

Урбанист, SMM

Скороходова Нина

Менеджер проектов

Пупенцова Виктория

Архитектор, дизайнер



EmPaci



EUROPEAN UNION

EUROPEAN
REGIONAL
DEVELOPMENT



WITH FINANCIAL
SUPPORT OF THE
RUSSIAN

ВОВЛЕКИТЕ ГОРОЖАН В ДИАЛОГ

urbanpinion.com
2021 год