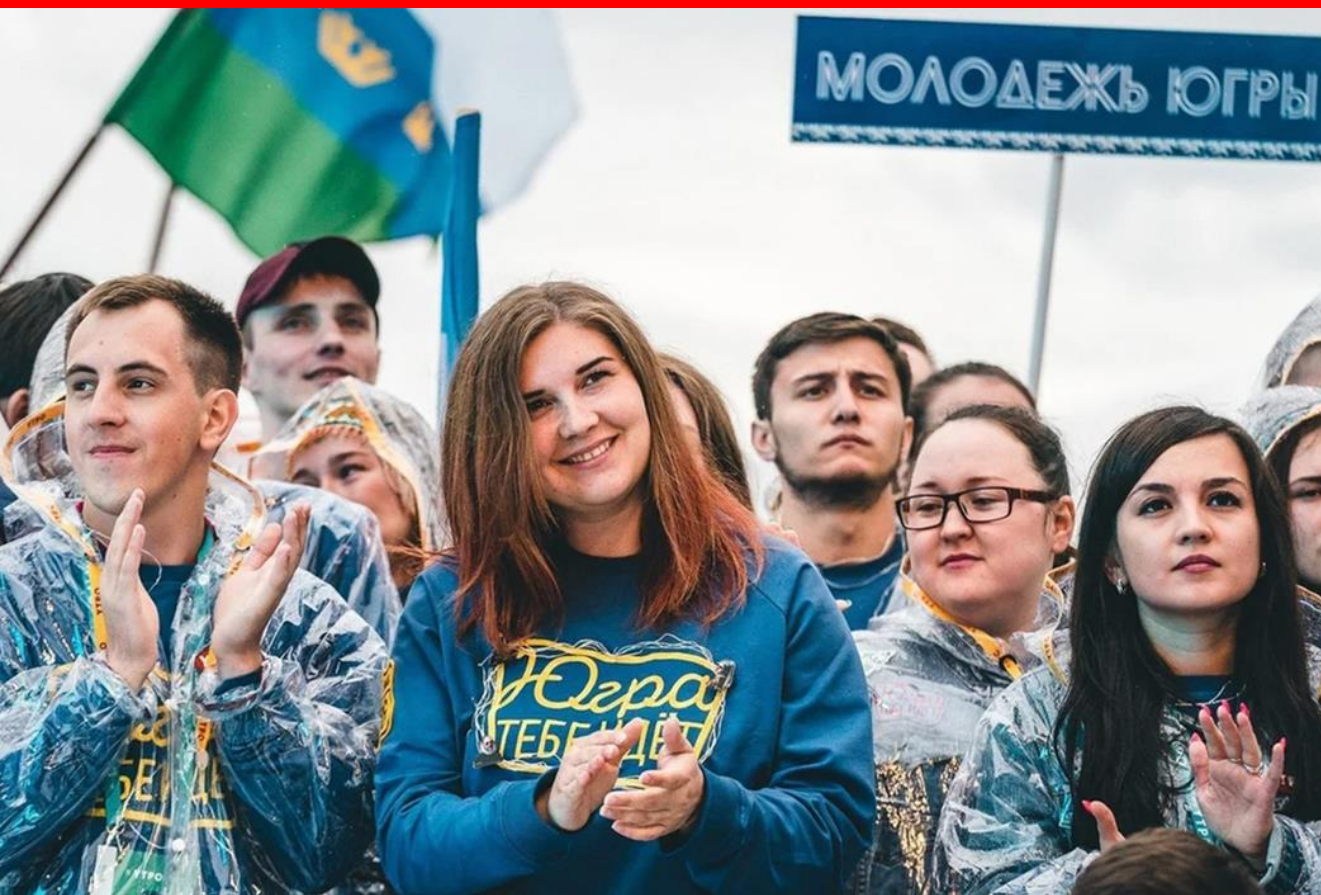




МЫ ТОЛЬКО
СПРОСИТЬ



ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ МАЛЫХ ГОРОДОВ И НАСЕЛЁННЫХ ПУНКТОВ ЮГРЫ ДЛЯ МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ



ЦЕНТР
ГРАЖДАНСКИХ
ИНИЦИАТИВ
ЮГРЫ

КОМАНДА ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ



МЫ ТОЛЬКО
СПРОСИТЬ



Ольга Ирушкина

Специалист
по маркетинговым исследованиям
в области здравоохранения
Исследует рынок медицинского
оборудования.



Елена Назарбаева

Научный сотрудник
в Институте социальной политики
Высшей школы экономики.
Исследует темы бедности и
социальной поддержки населения.



ЦЕНТР
ГРАЖДАНСКИХ
ИНИЦИАТИВ
ЮГРЫ

Создан по распоряжению Правительства Ханты-Мансийского автономного округа Югры в 2016 году.

Цель Фонда

Развитие некоммерческого сектора в ХМАО– Югре, а также создание благоприятных условий для расширения участия негосударственных, в том числе социально-ориентированных некоммерческих организаций, в предоставлении услуг в социальной сфере.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ



КУЛЬТУРНАЯ МОЗАИКА

ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС ПРОЕКТОВ
ДЛЯ МАЛЫХ ГОРОДОВ И СЁЛ



Запрос НКО - проблематика

Центру гражданских инициатив Югры совместно с фондом Тимченко предстоит осенью 2023 г. провести конкурс – «Культурная мозаика малых городов и сёл».

В фокусе сотрудничества – создание условий для социокультурного развития территорий малых городов и сёл Югры.

Необходима информация, чего не хватает молодым людям - какие условия необходимо для них создать, чтобы они не мигрировали в большие города.

Управленческая задача

Спроектировать положение о конкурсе для малых территорий и населенных пунктов ХМАО-Югры с опорой на эмпирические данные.

Исследовательская задача

Выявить факторы, повышающие привлекательность малых территорий для проживания среди молодых людей в возрасте 16-35 лет, которые могут формироваться посредством реализации социальных и гражданских инициатив.

ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ



1. Выявить факторы, влияющие на оценку жизни в населенном пункте и решение жителей малых территорий ХМАО-Югры переехать в другой населенный пункт/остаться жить в своем населенном пункте.
2. Определить факторы привлекательности населенного пункта для проживания, на которые жители могут и готовы повлиять, а также барьеры для этого.
3. Оценить наличие опыта участия в социальных и гражданских инициативах и намерение участвовать в них в будущем.
4. Выявить ключевые параметры участия **для тех, кто имеет опыт участия в социальных и гражданских инициативах и социальном предпринимательстве** (направления инициатив, формат участия, наличие опыта получения финансирования и пр.)
5. Выявить ключевые параметры потенциального участия **для тех, кто не имеет опыта участия в социальных и гражданских инициативах и социальном предпринимательстве** (направления инициатив, формат участия, готовность обращаться за поддержкой к каким-либо организациям, местным властям и пр.)

ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ

КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

- **Анализ ранее проведённых исследований** НКО на предмет ценностей и установок молодёжи ХМАО-Югры.
- **Изучение данных СМИ** на тему оттока молодёжи из Югры и политики формирования привлекательности региона.
- **Бенчмаркинг** – анализ сборников практик программ «Культура» – практические кейсы более 30 команд малых территорий, которые уже получили поддержку направления «Культурная мозаика малых городов и сёл». **Изучен опыт, как социокультурные практики работают на развитие местных сообществ и территорий.**

КАЧЕСТВЕННОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

6 глубинных интервью с молодыми людьми в возрасте 19-35 лет, разных сегментов, среди которых как активисты, так и неактивисты, творческая молодёжь, которые живут на малых территориях Югры и переехали в крупные города.

По результатам исследования составлена карта эмпатии и CJM жителей удалённых регионов, которые позволяют выявить паттерны сегментов, их боли и ценности касательно своего места жительства и реализации проектов, а также точки контакта с аудиторией.

КОЛИЧЕСТВЕННОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Онлайн-опрос жителей малых территорий Югры в возрасте 16-35 лет.

Чтобы вписать региональные данные в более широкий контекст, добавлены данные Росстата об участии молодежи в социальных, гражданских и др. инициативах, а также об удовлетворенности жизнью в городах.

Все участники исследования разделены на тех, кто имеет опыт участия в социальных, гражданских и иных инициативах («активисты», N=134) и тех, кто такого опыта не имеет («не-активисты*», N=80).

*Выборка «не-активистов» взвешена по полу, см. Приложение.



МЫ ТОЛЬКО
СПРОСИТЬ



РЕЗУЛЬТАТЫ КАБИНЕТНОЙ АНАЛИТИКИ



ЦЕНТР
ГРАЖДАНСКИХ
ИНИЦИАТИВ
ЮГРЫ

ФАКТОРЫ МИГРАЦИИ

«Югра — один из трех самых привлекательных регионов в стране для жизни. Регион с одной из самых больших обеспеченностей на душу населения, с одним из самых высоких уровней дохода населения. И это привлекающий фактор».



1. Большинство людей свое решение переезда обосновывают климатом, климатически-тяжелыми условиями для жизни. Это факт. Но в условиях развитой медицины и в условиях решения многих других задач, климат уходит с первых позиций.
2. Строятся школы, обеспечены учителями, при этом они переполнены и не являются полноценными центрами досуговыми привлечения школьников, жителей соседних городов.
3. *«Бесперспективность найти хорошую работу для молодежи, пожалуй, сегодня проблема номер 1 для тех, кто задумывается над своим будущим. Это серьезная проблема»*
4. Люди должны иметь возможность заниматься спортом, в регионе должны быть не только массовый спорт, все эти уличные площадки, доступность спортзалов - их огромный дефицит, особенно бассейнов.
5. Проблема с досугом. *«Наступают выходные дни, а пойти некуда. Люди в Югре, особенно в небольших населенных пунктах, изнывают, им просто нечем заняться, Отсюда рыбалки, дачи, какие-то пикники. Это не для молодёжи»*
6. Туризм. *Доступен ли наш регион для жителей других регионов страны? Да, конечно. Но, во-первых, вопрос цены, вопрос пресловутой логистики. Гостиниц нет, переночевать негде. Вот ты приехал в этот прекрасный доступный регион, вышел и куда пойти?*
В «Сургут Сити Молл» айда толпой. Целой нашей курганской деревней пойдемте, будем покупки совершать.»
7. *«Я постарался посмотреть глазами человека, которому 25 лет, он только что отучился в хорошем университете, и говорит, что а не поехать ли ему в Югру поработать, не создать ли мне семью, не построить ли мне тут дом? Жилье - это очень важный момент. Возможность получения качественного жилья, которое можно делать жильем на 10-летия вперед для своей семьи. Это тоже большая проблема. Жилье, вроде, доступное есть. Но на сколько оно качественное и хочется ли там держать своих детей, воспитывать? Это уже вопрос. Вот, какую программу, видимо...»*

БЕНЧМАРКИНГ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ ДРУГИХ РЕГИОНОВ

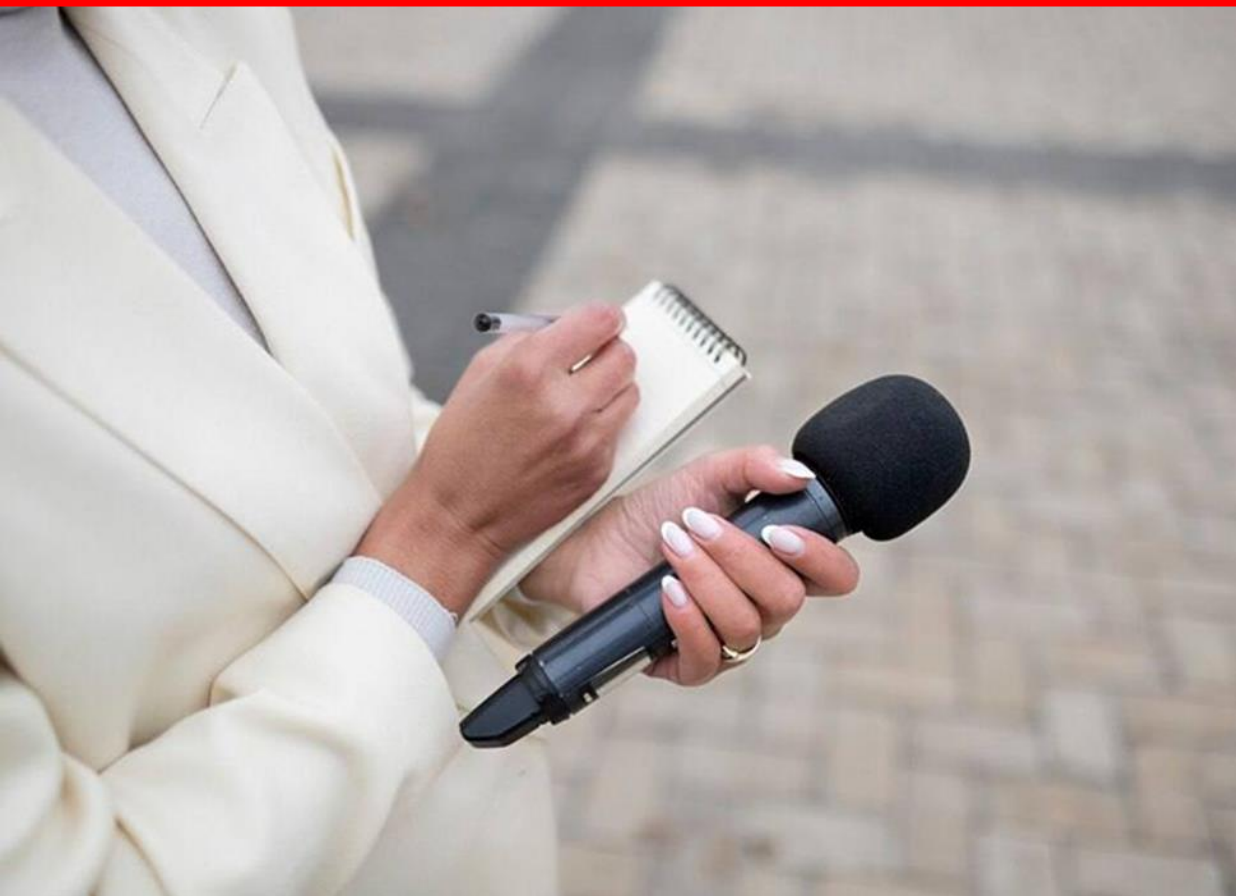


Стратегия повышения привлекательности региона и повышения гражданских инициатив:

1. В поселениях существенно возросла активность инициативных групп, которые имели идеи по улучшению качества жизни, но не знали, куда и как обратиться. Работа администрации поселения и фонда «Соль Земли» помогли жителям найти грантовые конкурсы на поддержку своих инициатив. «Метазадачей» при этом является формирование круга лидеров, которые своими победами побуждают других также активно включаться в процесс развития.
2. Инициативные группы проектов регулярно выезжали в населённые пункты района, где проводили встречи с местными активистами.
3. Чтобы стать центром социокультурного развития, команда выстроила партнёрские отношения с активом территориально-общественным самоуправлением, НКО, учреждениями культуры и образования. Проводилась работа по содействию, чтобы партнёры проектов помогали друг другу в реализации общественных мероприятий.
4. Открытие Ресурсного центра позволило расширять активный некоммерческий сектор и повышать компетенции местных лидеров. Формируются креативные кластеры, которые тиражируют социокультурные практики, развивают кооперации с партнерами.
5. В реализации проектов изначально был заложен принцип «соучастия», жители могли стать полноправными соучастниками городских изменений. Результаты работы арт-резиденции доказали, что людям хочется не только новых форм досуга, сколько возможности быть причастным к позитивным изменениям на территории.
6. *«Грантовая поддержка важна, но пользу от встреч, стажировок, общения и обмена опытом, не измерить ни в каких единицах»*



МЫ ТОЛЬКО
СПРОСИТЬ



РЕЗУЛЬТАТЫ КАЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ



ЦЕНТР
ГРАЖДАНСКИХ
ИНИЦИАТИВ
ЮГРЫ

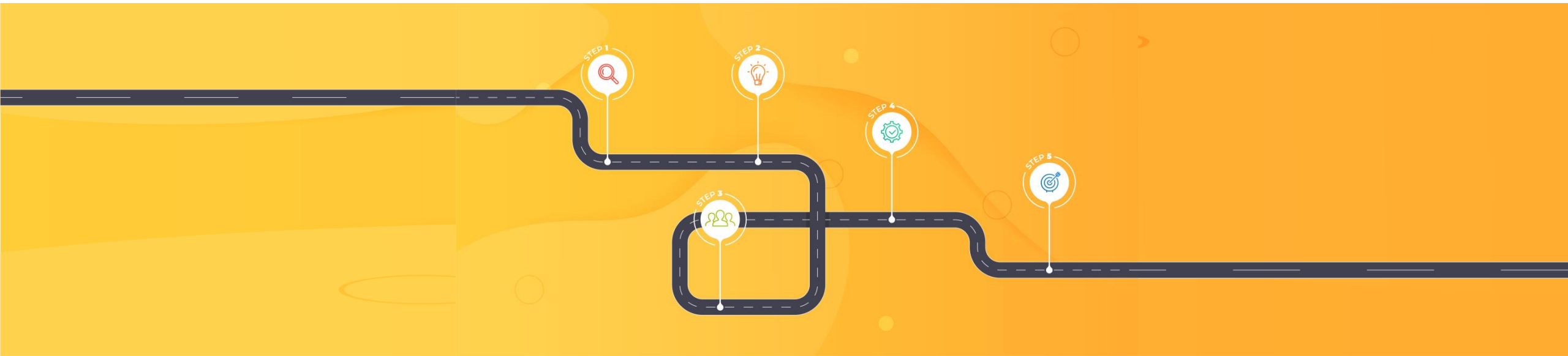
ГЛОССАРИЙ

CJM (от англ. customer journey map) - воспроизводит путь, который проходит респондент от осознания потребности в какой-либо деятельности/покупке/услуге, и после неё. Весь путь он взаимодействует компанией/продуктом/деятельностью и принимает решение на основе полученного опыта. Исследователи анализируют опыт респондента и делают выводы: что сделать на каждом этапе, чтобы он остался доволен и захотел воспользоваться услугой.

Главные задачи, которые решает CJM в данном исследовании:

1. Узнать, какие стадии проходит респондент на пути к решению о переезде/остаться в населённом пункте, (не)проявлению гражданских инициатив и готовности обращаться за поддержкой.
2. Увидеть барьеры и понять, как их преодолеть.
3. Выявить слабые места и устранить их.
4. Оценить факторы, влияющие на оценку жизни в населенном пункте и качество ресурсов по поддержке инициатив.
5. Сформировать рекомендации по улучшению выявленных факторов.
6. Увидеть точки взаимодействия жителей с партнёрами по поддержке инициатив и разработать стратегию коммуникации.

Карта эмпатии - наглядно показывает, что беспокоит и радует респондента, к чему он стремится, как принимает решение, какие факторы в выборе для него приоритетные. Инструмент позволяет выйти за пределы демографических характеристик, чтобы создать детальный портрет типичного жителя: узнать о его потребностях, страхах и проблемах, отношении к месту жительства, препятствиях на пути к проявлению гражданских инициатив. Для этого проводится анализ влияющих на него факторов, таких как поведение, окружение, мысли и чувства.



СЕГМЕНТЫ АУДИТОРИИ



ЦА 1 – Женщины 26-35 лет, замужем, есть дети

Главные ценности – семья, дети. Мотив проявления гражданских инициатив – **чувствуют ответственность за будущее своих детей и поколение.** Желают, чтобы дети жили в поселении с развитой инфраструктурой, стремятся быть примером для молодёжи. Повседневная жизнь насыщена делами – работа, семья.

«Проявление активной гражданской позиции, участие в конкурсах и мероприятиях дают возможность отвлечься от повседневной рутины и зарядиться энергией»



ЦА 2 – Женщины и мужчины 26-35 лет, не состоят в браке, детей нет.

Самореализация – текущий приоритет жизни.

Хотят найти себя и возможность применить и актуализировать свой потенциал. Стремятся расти по карьерной лестнице, занимаются саморазвитием, изучают и пытаются внедрить успешный опыт других регионов. Хотят большего количества активностей и их разнообразия для более интересной жизни в поселении.



ЦА 3 – Преимущественно девушки 16-25 лет, учатся.

Творческая молодёжь. Начинают заниматься активизмом со школьных лет, участвуют в конкурсах, фокусируются на образовательных инициативах. Занимаются культурно-досуговой деятельностью, спортом, посещают творческие объединения. Эмоциональные, креативные, обладают лидерскими и коммуникативными навыками, но невысокими уровнем организаторских способностей. Считают свои действия важным фактором в своих достижениях.

КАРТА ЭМПАТИИ ЖИТЕЛЕЙ УДАЛЁННЫХ ТЕРРИТОРИЙ ЮГРЫ

О ЧЁМ ДУМАЮТ И ЧТО ЧУВСТВУЮТ

- Считают свои поселения привлекательными и перспективными в сфере инфраструктуры и социальных объектов (садики, школы, дома культуры, театр, бесплатные кружки и секции), медицины, но это все важно для семейных людей, более старшей молодежи. Более молодым в поселениях скучно, нет мест где собраться.

- Климат - хочется более мягкий и спокойный, не такой суровый
- Нравятся мероприятия на день города и день России, молодёжный фестиваль красок холи-фест, мотосезон
- Были попытки развивать различные активности для жителей малых городов (курсы ин.языков, магазины брендинговых товаров), но они не пользовались популярностью – многие ездят на работу/учёбу в более крупный город и проще воспользоваться этими услугами там
- Реализация проектов зависит от администрации нас. пункта, в родном городе на активности спроса нет и есть другие поселения, где проекты поддерживаются гораздо активнее

ЧТО ВИДЯТ

- Есть инициативные ребята, которые хотят вернуться в город, но в основном молодежь пассивная
- Есть различия между нефтяными и другими городами
- Узнали, что есть группа НКО в Вконтакте и присоединились, начали понемногу помогать, общаться с куратором
- Задумались стать активистами, когда попали на мероприятия в других крупных городах (форум «УТРО» (в Нефтеюганске, Челябинске), поездка в Екатеринбург.
- Рабочая организация освещает мероприятия, например всероссийская студ.весна, где можно познакомиться с ребятами со всей страны и узнать о их активностях
- Выездные мероприятия

- Помощь животным
- Работа с молодёжью
- Активная жизненная позиция, участвуют в мероприятиях и конкурсах
- Сфера творческих индустрий, организация фестивалей уличных художников

ЧТО ГОВОРЯТ И ДЕЛАЮТ

БОЛИ

- Жизнь не для молодёжи, уезжают в большие города в поисках работы, образования и большого количества активностей
- Отсутствует возможность карьерного роста, особенно в IT-сфере
- Жильё – одна из острых проблем поселений. «Если будет жильё для молодых специалистов, то во-первых вопрос с дефицитом кадров быстро решится, и во-вторых люди вернутся сюда, потому что я от многих слышу: "Мы бы поехали, но жить негде, хотелось бы тоже в комфортных условиях, а не в старой развалюшке жить"».
- Несовременность активностей для молодёжи. Например, молодые люди хотят общаться, играть в настолки и пр., но такая возможность есть только в библиотеке, где атмосфера к этому совершенно не располагает. Возможно, наличие «молодёжного пространства» могло бы сделать жизнь молодёжи более интересной.
- Не хватает дошкольного образования и садиков, приходится ездить на другой конец города. Мало мероприятий для детей дошкольного возраста (ЦА1)

ЦЕННОСТИ

- Семья и стремление быть примером для подражания «Когда я родила ребёнка, мне захотелось, чтобы он жил в прекрасном поселении, и я думаю, что своими действиями и поступками я являюсь примером для молодёжи», желание проводить семейные мероприятия (ЦА1)
- Самореализация
- Уезжают в крупные города в основном из-за карьерного роста и увеличения дохода
- Даже если уехали в другой город, по возможности (на праздники, в отпуск) приезжают в родное поселение для помощи НКО
- Любят свой посёлок, хотят делать жизнь лучше
- «Бизнес подключается к поддержке проекта, кто-то приходит к компании и даёт ресурсы, которых предпринимателям ничего не стоит. А для нас это много. Важно понимать кому ты помогаешь и видишь своими глазами как это осуществляется»

НАЛИЧИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ

КУЛЬТУРА И ДОСУГ

УСПЕШНЫЙ КЕЙС

- «Инфраструктура в плане образования и развития культуры для подростков и молодёжи поселения очень развита: есть спортивный комплекс и молодёжный центр, центры досуга и творчества, театр, школа искусств. Помимо каких-то развлекательных кафе, дискотек и пр. фишечка поселения заключается в том, что это спокойствие и уединение с природой, но при этом также подростки или взрослые люди могут прийти в молодёжный центр, у нас имеется и арт-студия и фото-студия и музыкальная, и попеть в караоке или поиграть в приставку, провести какую-либо беседу. Центр досуга и творчества, где можно заниматься и вокалом и хореографией. В принципе, если человек готов сам себя развивать, не важно какого возраста, то пожалуйста, в поселении всё для этого имеется».

ПОТРЕБНОСТЬ ДРУГИХ ПОСЕЛЕНИЙ

- Создание молодёжного пространства
«Основная проблема – несовременность активностей. Например, молодые люди хотят общаться, играть в настолки и пр., но такая возможность есть только в библиотеке, где атмосфера к этому совершенно не располагает. Хотелось бы появления молодежного центра (одна активистка пыталась запустить, но глава поселка =сняли с должности и вопрос с центром завис). Либо появления кофейни/антикафе, созданной ИП». Те, кто приехал в город благодаря работе, формирует своё замкнутое сообщество и взаимодействуют внутри него. Если бы появились какие-либо активности, то скорее бы приняли в них участие. Есть запрос на мастер-классы, настольные игры, но предполагают, что на постоянной основе как бизнес-проекты такие инициативы не выживут – маленький спрос, поэтому они могут появиться только как разовые инициативы с какой-либо поддержкой.

ДОП.ОБРАЗОВАНИЕ

- Функционирует молодёжный центр Сургутского района, который даёт возможность повышения квалификации, получения сертификатов для подростков от Сургутского университета, например в этом году по специальности «Вожатство», потом это будет «Дизайн», «Веб-дизайн». Подростки также ознакомлены с порталом «Работа в России», где есть возможность также получить дополнительное образование как взрослым, так и детям.
- В части образования выбор небольшой, но это не воспринимается как проблема, так как различные курсы и образовательные программы доступны онлайн.
- **Чего не хватает?** "Не могу так сказать, всё зависит от людей, если они готовы получать доп. образование и им это нужно, то каждый человек строит своё будущее сам, только его нужно подвести к этому, в чём собственно и заключается работа молодёжного центра. Например сейчас в нашем поселении 6 человек получили сертификат «Вожатство», и ещё на «Веб-дизайн» идёт набор».
- **ПОЖЕЛАНИЯ ТЕХ, КТО ПЕРЕЕХАЛ:** «В Москве есть программы повышения квалификации для мам с детьми. Это очень удобно, когда после декретного отпуска будут созданы условия для работы. Можно прийти на курсы, получить сертификат. И просто если я работаю в должности, подняться вверх по карьерной лестнице. Хотелось бы, чтобы и в нашем городе такое было, может есть, но я не слышала.»

ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ

- Некоторые респонденты считают, что этим занимается школа, вводится программа «Красный Крест». Не против мероприятий данной направленности помимо школы: «Были раньше тимуровцы, это будет полезно для детей помогать узнавать историю страны, помогать людям».
- В некоторых сельских поселениях функционирует патриотический клуб, который на протяжении десятка лет занимается физическим и патриотическим воспитанием детей. «Это актуально в нынешних реалиях, слово «патриотизм» должно быть не просто словом, подростки должны понимать, что это такое. Встречи на эту тему безусловно нужны, мы проводили в феврале встречу с нашим афганцем-ветераном, который очень интересно рассказывал про свой путь и дети действительно видели, что человек не зря сражался за нашу родину. А дети участвуют в митингах, акциях "Свеча памяти"».

НАЛИЧИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ

СПОРТ И ЗОЖ

- В более крупных поселениях развит частный спорт: мероприятия для детей, население занимается гимнастикой, посещают бассейн. Но таких организаций мало – приходится ездить на другой конец города. Мало спортивных секций, отсутствует разнообразие, хочется не только «качалку», но и например, карате, а его нет.
- В маленьких поселениях: *«Спорт на хорошем уровне - мини-футбол, тхэквандо, скандинавская ходьба, фитнес и пилатес. Команда нашего поселения весной привезла первое место спартакиады Сургутского района. У нас и хоккейная команда есть. В спорткомплексе это бесплатные тренажёрный зал, волейбольный зал, где занимаются спортом и развивают свою физическую нагрузку, каток, который сейчас перешёл в футбольное поле. Всё динамично развивается, люди понимают, что им это необходимо».*

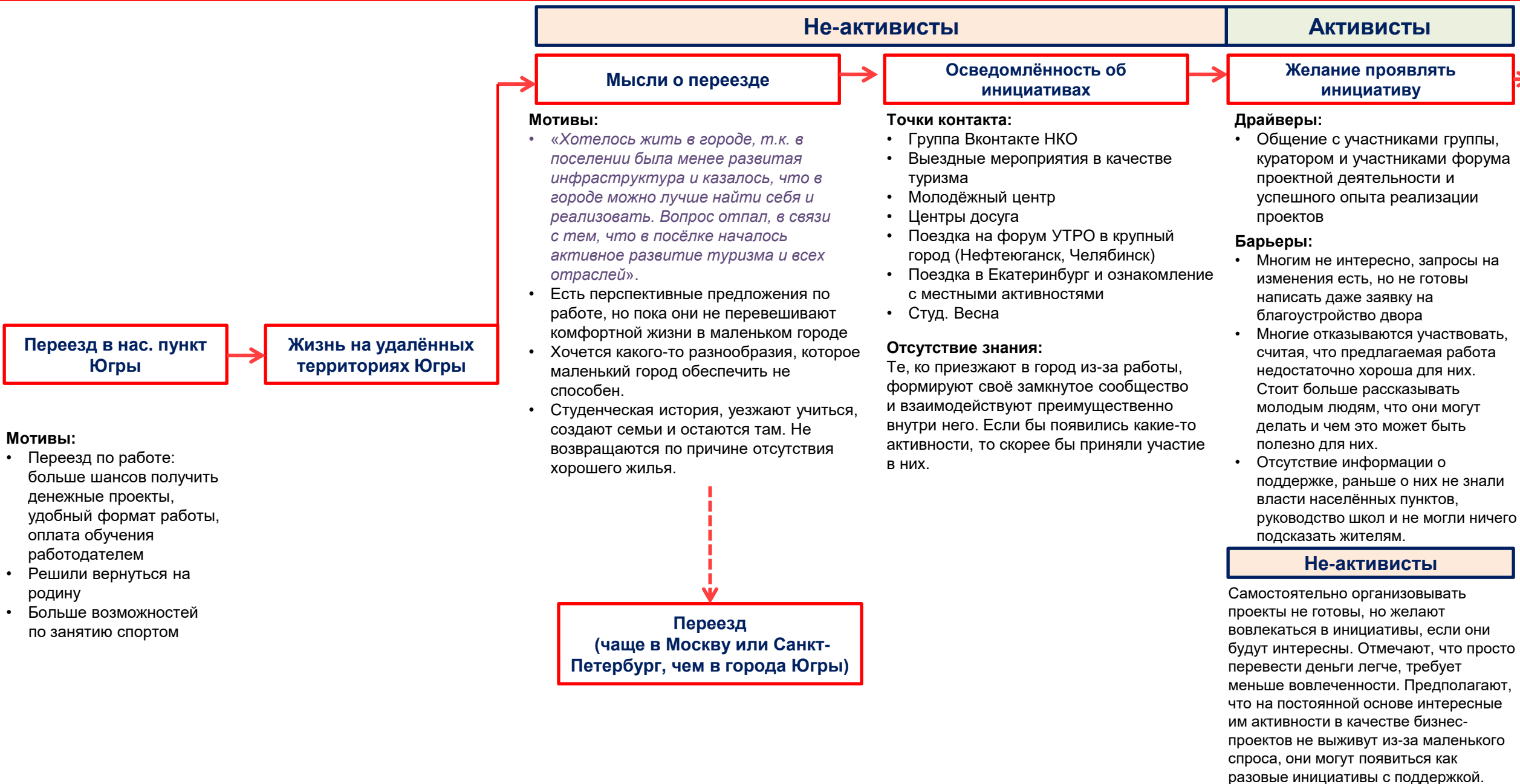
ЭКОЛОГИЯ

- Данная направленность развивается примерно 5 лет, ранее об экологических мероприятиях не было известно
- Сбор мусора и переработка отходов – не хватает баков для сбора раздельного мусора или контейнеров для крышек/батареек. В некоторых поселениях проект закрыт, вероятно из-за нехватки финансирования.
 - Акции «Чистый лес», «Чистая вода» – молодёжь и трудовые отряды периодически раз в две недели проводят очищение лесов и водоёмов.
 - Экомаркет – оплата символической суммы за б/у вещь
 - Коллаборация НКО в рамках ЕСО-проектов. Например фонд помощи животных участвует в субботнике и рассказывает участникам акции о своей деятельности или выставляет на продажу цветы на экомаркете и на полученные средства покупает корм животным. Таким образом, НКО увеличивает вовлечённость жителей в свою деятельность и заботу о поселении.
 - Изготовление баннеров о привлечении жителей поселения к соблюдению чистоты. *«Не официальные баннеры, мы планируем, что подростки нарисуют их, а мы их немножко трансформируем. И когда будет идти какой-то папа или мама и будут видеть рисунок своего ребёнка с подписью «Иванов Иван, 11 лет», то сердечко у людей будет ёкать от того, что их ребёнок нарисовал про экологию, а я сейчас тут буду бычок кидать что ли?»*

СОЦ. ПОДДЕРЖКА НАСЕЛЕНИЯ

- У активистов, представляющих молодежные центры есть контакты главы поселения. Нуждающиеся в поддержке люди звонят главе, либо активисту. *«Допустим, если это инвалид, которому необходимо вскопать огород или это бабушка, которой нужно помочь, то направляем им обязательно волонтеров. Мы являемся таким соединяющим звеном, чтобы людям оказать помощь. Ну конечно, мы не всемогущие, какие-то юридические моменты мы не можем решить, не имеем компетенции».*
- Акции подарков к новому году
- Развиваются индивидуальные программы - если ребёнок попал в категорию «социально-опасное положение», то для него разрабатываются мероприятия в клубе, в молодёжном центре в спорт-комплексе. Программа помогает в развитии молодёжи и решении определённых проблем.
- Два волонтерских отряда на базе молодёжного центра принимают поздравляли многодетные семьи с Пасхой, вручали куличи, акция проходит по всему району, которую координирует районный руководитель волонтеров. Поддерживается связь всех волонтерских отрядов района.
- *«Для молодёжи нужна программа с предоставлением жилья и разработка программы стимуляции, например выдавать путёвки с большой скидкой для молодых семей, не то, чтобы ты молодая семья и всем раздать, претенденты должны в течение года принимать участие в конкурсе "Молодая семья", проявлять активность в поселении»*

СJM ПРОЯВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКИХ ИНИЦИАТИВ



СJM ПРОЯВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКИХ ИНИЦИАТИВ

Активисты

Проявление инициативы в качестве волонтера

Мотивы:

- Осознание, что любой желающий может помочь, что не обязательно делать глобальные поступки, например забирать собаку из приюта, также важны и другие виды помощи: провести прогулку с питомцем, принести корм, сделать репост. *«Важно понимать кому ты помогаешь и видеть очно как это происходит и какой результат даёт».*
- Желание создать комфортные условия проживания детям: *«Когда я родила ребёнка, мне захотелось, чтобы он жил в прекрасном поселении»*
- Вдохновение опытом организаций других городов, стремление внести новшество в своё поселение для активного досуга, самореализации и комфортного проживания

Проявление инициативы в качестве организатора

Мотивы:

- Понимание, что проблема, над которой работает организация, обострена и надо предпринимать большие усилия по её решению. На все фронты работы приходится один куратор и пара активистов, приходит осознание о необходимости распределения полномочий и привлечения новых активистов в команду. Происходит переход в статус «организатора»/ «председателя Совета молодёжи».
- Лидерские позиции со школьных лет, председательство, участие в конкурсах, стремление проявлять активную гражданскую позицию
- Желание быть примером для молодёжи, продемонстрировать, что возможно самостоятельно построить своё будущее и комфортную жизнь поселения *«Думаю, что своими действиями и поступками я являюсь примером для молодёжи»*

Реализация проектов

Организации мер поддержки:

- Выход на контакт с главой поселения
- Грант губернатора
- Участие в грантовых конкурсах (Главы Сургутского района)
- Участие в конкурсах инициативного бюджетирования Югры
- Грант Росмолодёжи (узнали на форуме «УТРО»)
- Коллаборации с другими НКО
- Выездные мероприятия и форумы
- Привлечение малого бизнеса

Точки контакта:

- Следят за грантами Росмолодёжи в группе Вконтакте и Telegram-канале
- Telegram-каналы: #МЫВМЕСТЕ, «Молодёжь Сургутского района»
- Раздача печатного материала в Совете молодёжи

Знание Центра гражданских инициатив Югры

- «На слуху, но чем занимаются не знаю. С ними работала коллега»*
- «Знаю, руководителем является Анна Колычева, это команда ребят, многих знаю лично, принимала участие в форуме округа, который они организовывали, также они поддерживали форум «НЕфорУМ», объединяющий Советы молодёжи. Знаю этих ребят, они классные, умные и болеют за молодёжь»*

Успешные кейсы проектов

• Проект «Краски Победы»

Поддерживался инициативным бюджетированием Югры. Подавалась заявка с описанием концепта: благоустройство города – модернизация старых обшарпанных плит с нанесением рисунков в рамках Победы, которые были нарисованы подростками. Далее происходила защита проекта. Центр молодёжи прописывал необходимые моменты, также была поддержка со стороны организации, в виде определённых доработок. После защиты подростки и совет молодёжи реализовывали проект. Выходили на организацию, которая помогла перенести рисунки на плиты.

• Проект «Сказки через краски»

Концепт схож с «Краски Победы» - бетонная аллея с изображением персонажей сказок. Поддержка осуществлена грантом главы Сургутского района.

• Благоустройство заброшенного парка

Сначала было сложно, денег не было, никто не помогал, но постепенно добрались до властей пгт, те поддержали идею, также создали ресурсный центр, которые помогает в поддержке проектов. Туда можно прийти с идеями, ее помогут развить или подготовить заявку на грант.

СJM ПРОЯВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКИХ ИНИЦИАТИВ

Активисты

Какие проекты интересны

- «Сейчас один из более волнующих проектов это проведение семейного фестиваля и больших спортивных гонок для семей Сургутского района и у нас ещё рядом поселение Лямина, где есть базы, возможности, которые помогут нам помочь в реализации данного проекта. Потому что выезд в поселение за 200 км ни у каждой семьи есть, а тут на своей территории увидеть своими глазами насколько широко можно реализовать свою семейную деятельность на территории района»
- Молодежные центры и антикафе, где можно проводить время, общаться, играть в настольные игры/приставку.
- Уличная живопись
- Помощь животным
- Экологические проекты по переработке вещей

Впечатления после получения гранта

- «Приятно, когда тебе говорят, что проект выиграл и вот вам деньги, но отчётность конечно...она в любом деле очень напрягает. Сталкивались со сложностями в экономических вопросах, и многие моменты были непонятны в плане сметы, но благо справились. Через НКО сложнее заявку подавать, там более развёрнуто и больше пунктов и вопросы возникали больше из-за первого опыта. А в принципе таких сложностей, которые невозможно было бы решить – нет»
- Получали грант губернатора, все понравилось. Проблема была в том, что смету сделали, заявки рассматривали полгода, за это время цены выросли и пришлось все переигрывать.

Неудачный опыт

Нереализованные проекты:

- «Рассматривали грант “Росмолодёжь”, подали заявку, но не прошли, на ошибках учатся и у нас будет возможность подать на второй конкурс, где мы доработаем наш проект. Отказ был связан с недоработанной целью и нужно более подробно смету прописать»
- Попытка создать пространство для молодежи через главу поселения, согласовали создание молодежной площадки, но у главы начались проблемы и про проект забыли. Он так и остался под вопросом, но при этом удалось получить грант губернатора.

Дальнейшие действия

Продолжение реализации проектов

Переезд

Мотивы:

- Отсутствует возможность карьерного роста, особенно в IT-сфере, как это есть в столице. Но при этом продолжают курировать деятельность НКО в родном поселении
- Местные власти оказались не заинтересованы в деятельности активиста

Рекомендации респондентов по организации поддержки

- Проблема в том, что многие люди с хорошими идеями не могут их вписать в конкурсные требования и поэтому не получают поддержки. Рекомендуется в рамках грантов вводить собеседования с потенциальными получателями, что позволит выявить больше интересных инициатив и поддержать их.
Но есть и антагонисты: Идея ввести собеседования с авторами проектов в рамках гранта ставит участников конкурса в неравные условия: кто-то вызывает симпатию, кто-то – нет, кто-то может наговорить и не сделать, кто-то будет стремиться напроситься в друзья, чтобы ему было сложнее отказать.
- Проводить обучения онлайн, возможно, мастер-классы по писанию заявок. Центр проводит, но это оффлайн, а не у всех есть деньги, время.
- Важной для организаторов гранта считают гибкость, потому что сейчас все быстро меняется (например, цены), а многие грантодатели не дают возможности скорректировать смету (например, в рамках грантов Росмолодежи), что существенно затрудняет деятельность.
- Необходимо учитывать региональную специфику, т.к. многие считают, что ХМАО – богатый регион и все может позволить себе сам. Однако, это не так, и важно оказывать поддержку тем населенным пунктам, которые не завязаны на нефтянке, т.к. их возможности сильно ограничены.
- Меньше отчётности, раньше в «Росмолодёжь» не было отчётности, реализовал проект и всё. Отчётность нужна, но не в большом объёме.

ВЫВОДЫ КАЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Оценка жизни в населённом пункте

- Респонденты считают свои поселения привлекательными в сфере инфраструктуры, социальных объектов и медицины, но это более важно для семейных людей зрелого возраста. Молодым жителям в поселениях скучно: нет мест для собраний по интересам, а также несовременность проводимых активностей для молодёжи. Люди хотят общаться, проводить совместный досуг, но такая возможность есть только в библиотеке, где атмосфера к этому совершенно не располагает. Опрошенные респонденты выразили мнение, что создание «молодёжного пространства» могло бы сделать жизнь молодых людей более интересной.
- Жильё – одна из острых проблем поселений. «Если будет жильё для молодых специалистов, то во-первых вопрос с дефицитом кадров быстро решится, и во-вторых люди вернутся сюда, потому что я от многих слышу: "Мы бы поехали, но жить негде, хотелось бы тоже в комфортных условиях, а не в старой развалюшке жить"».

Мотивы переезда:

- Уезжают в крупные города в основном из-за карьерного роста и увеличения дохода, а также разнообразия активностей. Есть кейсы, что местные власти не были заинтересованы в деятельности активистов, в связи с чем молодые люди переезжают в другие поселения, где проекты поддерживаются гораздо активнее.

Драйверы остаться:

- В посёлке началось активное развитие туризма и всех отраслей. Работа молодёжного центра, в котором имеется арт/ фото/ музыкальная студии, можно попеть в караоке или поиграть в приставку, провести какую-либо беседу, а также получить возможность повышения квалификации.

Желание проявлять инициативу.

Драйверы: Вдохновение опытом активистов посёлка и других городов, стремление внести новшество в своём поселении для активного досуга, самореализации и комфортного проживания. Осознание, что любой желающий может помочь, что не обязательно делать глобальные поступки. Важно понимать кому ты помогаешь и видеть очно как это происходит и какой результат даёт.

Переход из волонтера в организатора: На все фронта работы приходится один куратор и пара активистов, осознание необходимости распределения полномочий и привлечения новых активистов в команду. Происходит переход в статус «организатора»/ «председателя Совета молодёжи». Желание быть примером для молодёжи, продемонстрировать, что возможно самостоятельно построить своё будущее и комфортную жизнь поселения.

Барьеры не-активистов: Отсутствие интереса и желания написать хотя бы заявку по благоустройству двора. Многие отказываются участвовать, считая, что предлагаемая работа недостаточно хороша для них. Отсутствие информации о поддержке. Самостоятельно организовывать проекты не готовы, но желают вовлекаться в инициативы, если они будут интересны. Отмечают, что просто перевести деньги легче, требует меньше вовлеченности. Предполагают, что на постоянной основе интересные им активности в качестве бизнес-проектов не выживут из-за маленького спроса, они могут появиться как разовые инициативы с поддержкой.

Направленность инициатив:

- Создание молодёжных центров/антикафе для проведения досуга, благоустройство фасада города с помощью патриотических картин и персонажей сказок, облагораживание заброшенного парка, семейные фестивали, уличная живопись, помощь животным, экологические проекты по переработке вещей.

Опыт получения грантов.

К кому обращаются: грант Губернатора, грант Главы поселения, конкурс инициативного бюджетирования, грант Росмолодёжи.

Респонденты также отметили наличие ресурсного центра, который помогает в поддержке проектов. Туда можно прийти с идеей, ее помогут развить или подготовить заявку на грант.

Где ищут информацию: Telegram-каналы: Росмолодёжь (+Вконтакте), #МЫВМЕСТЕ, «Молодёжь Сургутского района», раздача печатного материала в Совете молодёжи.

Трудности при получении поддержки:

- Вопросы возникали больше из-за первого опыта. Сталкивались со сложностями в экономических вопросах, и многие моменты были непонятны в плане сметы.
- Через НКО сложнее заявку подавать, нужно расписывать более подробно.
- Большой объём отчётности.
- Проблема была в том, что смету сделали, заявки рассматривали полгода, за это время цены выросли и пришлось все переигрывать.



МЫ ТОЛЬКО
СПРОСИТЬ



РЕЗУЛЬТАТЫ КОЛИЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ



ЦЕНТР
ГРАЖДАНСКИХ
ИНИЦИАТИВ
ЮГРЫ

СПЕЦИФИКА НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ ХМАО ЮГРЫ

Регион отличается достаточно низким уровнем бедности (7,3% против 9,8% по России в целом в 2022 году), относительно высокие доходы (62 тыс. рублей на человека в 2022 году, в то время как по России в целом – 45 тыс. рублей) и низкий уровень зарегистрированной безработицы (2,0% против 3,9% по стране). Росстат в рамках исследования КОУЖ* регулярно задает вопросы о том, какие проблемы существуют в различных населенных пунктах. Выделить ХМАО Югру в данных обследования возможности нет, однако есть возможность сравнить ответы населения России в целом, жителей Тюменской области с данными, полученными в рамках опроса молодежи ХМАО ЮГРЫ.

Проблема, которая чаще всего беспокоит молодежь России – плохое состояние дорог – и жителями ХМАО Югры отмечается наиболее часто. Также как и в России в целом, жители округа часто жалуются на большую удаленность мест проведения досуга и отдыха и плохую работу служб ЖКХ. Отличает ХМАО Югру от Тюменской области и России в целом более высокая доля тех, кто отмечает плохую работу транспорта и проблемы вандализма.

Проблемы, которые есть в населенном пункте, по мнению его молодых жителей (16-35 лет)...



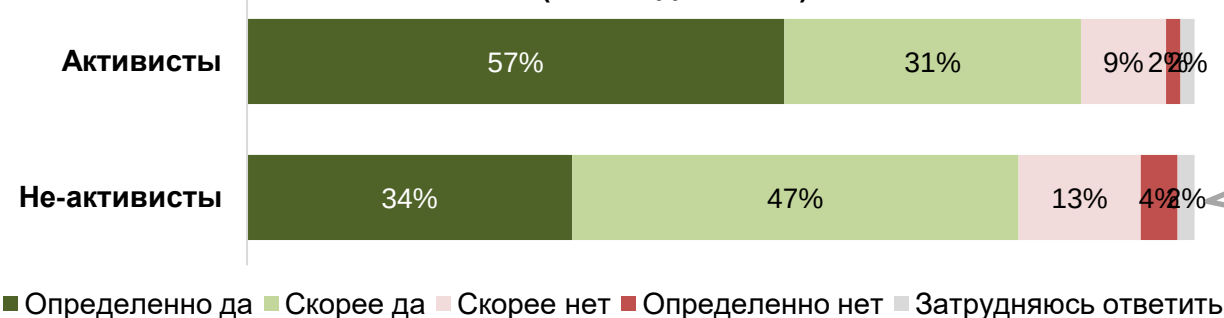
*Выборочный всероссийский опрос населения, выборка – 60 000 человек. Вопрос: Существуют ли в Вашем населенном пункте (в районе Вашего проживания) проблемы, связанные со следующими условиями ...
Россия: N=123201, Тюменская область: N=1237, Активисты: N=134, Неактивисты: N=80.

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ МАЛЫХ ГОРОДОВ И ПОСЕЛКОВ ДЛЯ ПРОЖИВАНИЯ

По мнению молодых людей, принимавших участие в глубинных интервью, специфика ХМАО Югры заключается в том, что множество ее городов и поселков построены относительно недавно для тех, кто приезжал работать в нефтяной промышленности. Как следствие, в таких населенных пунктах хорошо развита инфраструктура, есть спортивные объекты (причем как с возможностью посещать занятия платно, так и бесплатно), возможности в сфере культуры и досуга. Вероятно, поэтому большинство молодых людей (вне зависимости от степени их вовлеченности в социальные проекты) называют свой населенный пункт привлекательным или скорее привлекательным для жизни.

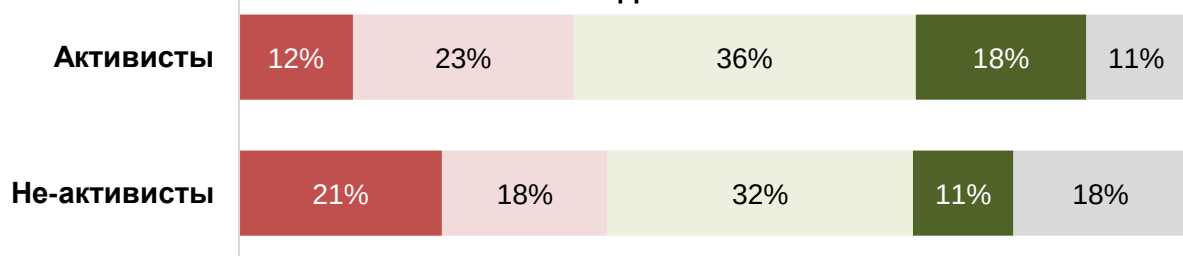
В то же время доля тех, кто задумывается о переезде из малого населенного пункта, достаточно велика и составляет 35% среди активистов и 39% среди неактивистов. Результаты интервью с последними позволяют предположить, что как минимум часть из них уже успели пожить в других городах и регионах и приняли осознанное решение вернуться в малый населенный пункт ХМАО Югры. При этом как активисты, так и неактивисты преимущественно говорят о желании переехать в крупный город в другом регионе России.

Готовность назвать свой населённый пункт привлекательным для жизни (лично для себя)



«Вообще мое наблюдение, что специфика нефтяных (а Югра - это большинство нефтяные города), маленьких нефтяных городов - это в плане спорта много объектов. Особенно где Газпромнефть и в крупных городах. Бассейны, стадионы, тренажерные залы, ну в плане хороших кинотеатров, театров. Вот специфика Нягани - тут есть хороший театр. В этой части мало хороших кафе, ресторанов, обычно эта часть просаживается» (молодой человек-неактивист, 30 лет)

Желание переехать в другой населенный пункт в ближайшие 3 года



«Я жила и в большом городе, но мне нравится жить в таких малых городах, потому что здесь все довольно компактно. И когда у тебя есть семья и у тебя есть дети, жить в небольшом городе удобно. Школа рядом, садик рядом – всё есть. Дети всегда под контролем, все друг друга знают» (девушка-активист, 34 года)

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА

«Мне вообще в нашем округе нравится, что у нас много таких малых городов, где люди работают и семьёй занимаются»
(девушка-активист, 34 года)



Привлекательные особенности малых территорий близки в восприятии активистов и не-активистов. Молодежь называет такие преимущества, как близость всех важных объектов инфраструктуры, близость родственников. Участники интервью отмечали, что именно эти особенности делают населенные пункты привлекательными для молодежи старшего возраста, имеющей семью, детей.

Также в качестве привлекательных особенностей населенного пункта называют доброту жителей своего населенного пункта и отсутствие проблем с мобильной связью и доступом в интернет.

Те, кто не вовлечен в разного рода социальные, гражданские и другие инициативы, также достаточно часто говорили о том, что в их населенном пункте достаточно магазинов, торговых центров, супермаркетов рядом с местом проживания.

НЕПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА

«Если честно говорить, то это привлекательно для людей которые...молодежь такая, более семейная. Уже с детьми, работают, воспитывают. Но естественно для молодежи, которая до 25-ти, не с семьей, то наверное, еще нет, потому что это проблема в нашем округе. В наших городах мало мест, где молодые люди могут себя реализовать» (девушка-активист, 34 года)



В тройку непривлекательных особенностей малых населенных пунктов ХМАО Югры как согласно ответам активистов, так и не-активистов, вошли ограниченные возможности для путешествий, высокая стоимость жилья и высокие цены на продукты, одежду и другие товары.

В числе наиболее часто упоминаемых активистами проблем вошли малое количество магазинов и низкое качество здравоохранения.

Те, кто не вовлечен ни в какие активности, достаточно часто жаловались на низкий уровень заработной платы и плохой климат в регионе.

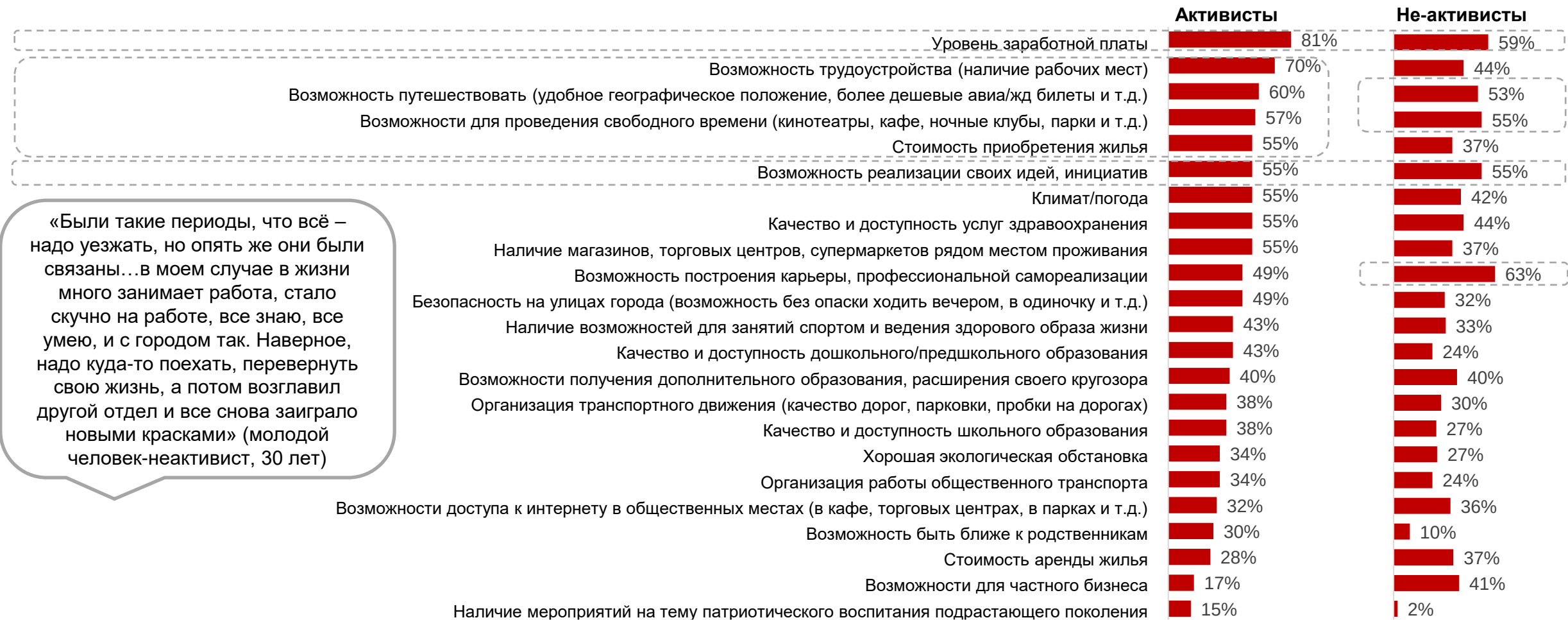
Наиболее часто молодых людей беспокоят проблемы системного характера, решение которых маловероятно за счет социальных и гражданских инициатив. Исключением можно назвать нехватку торговых объектов рядом с место проживания, ее могла бы решить поддержка инициатив малого бизнеса. Что также способствовало бы созданию рабочих мест.

Наиболее актуально это для населенных пунктов, удаленных от крупных городов региона. Есть риск, что те, кто живет рядом с ними, по мнению участников интервью, скорее предпочтут ездить в крупный город при необходимости, а не обращаться к новым услугам в их месте проживания.

Вопрос: В чем, по Вашему опыту, состоят особенности Вашего населённого пункта, его привлекательные и непривлекательные черты? Выберите все подходящие варианты ответа. Активисты: N=133, Неактивисты: N=80.

ФАКТОРЫ ВЫБОРА НОВОГО МЕСТА ПРОЖИВАНИЯ

В другие города и регионы молодые люди стремятся уехать в первую очередь в поисках хорошей работы, в числе наиболее часто упоминаемых факторов выбора нового места жительства называют уровень зарплаты, возможность трудоустройства, построения карьеры. Мнения активистов и не активистов в целом близки. Однако и те и другие достаточно часто называли в качестве фактора выбора возможность реализации своих идей и инициатив, причем этот параметр важен как для активистов, так и для не-активистов.



Вопрос: Что для вас является наиболее значимым при выборе нового места проживания? Выберите все подходящие варианты ответа. Активисты: N=62 Неактивисты: N=45 (только те, кто хотел бы переехать).

ПОДДЕРЖКА СОЦИАЛЬНЫХ, ГРАЖДАНСКИХ И ДР. ИНИЦИАТИВ

Как активисты, так и не-активисты полагают, что инициативы жителей в их населенном пункте определено или скорее поддерживаются (среди активистов это мнение высказывают 87%, среди не-активистов – 65%). Несмотря на общий позитивный фон, в интервью активисты описывали кейсы, когда те или иные инициативы реализовать не удавалось, в силу отсутствия интереса со стороны городских властей, низкой информированности о формах поддержки социальных проектов, смены муниципальной власти.

В части того, какие инициативы важно поддерживать в населенном пункте, ответы активистов и не-активистов сходятся: важной видится поддержка проектов в сфере культуры и досуга и благоустройства территорий.

Обсуждая проекты в сфере досуга, участники интервью отмечали, что в целом возможности в этой сфере есть, однако им не хватает разнообразия, а ряд инициатив в этой сфере, запускаемых на коммерческой основе, сталкиваются с падением спроса и закрываются.



«Реально досуга не так много в малых поселениях, больше проектов таких досугового характера: фестивали, игры, соревнования. А вот таких социально-глобальных – их не так много. Но наверное, и проблем таких нет»
(девушка-активист, 34 года)



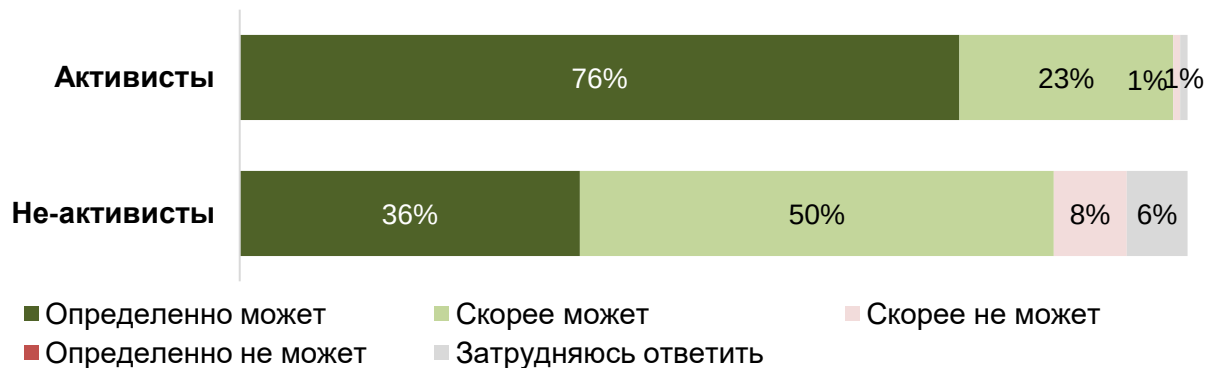
Вопрос: Как Вы считаете, в Вашем населенном пункте поддерживаются или нет идеи, инициативы жителей, которые могут сделать жизнь в нем лучше? Идеи, инициативы в каких направлениях нужно поддерживать в первую очередь в Вашем населенном пункте? Выберите три наиболее актуальных направления. Активисты: N=133, Неактивисты: N=78.

ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ДРУГИЕ ИНИЦИАТИВЫ В ЖИЗНИ ГОРОДА, ПОСЕЛКА

И активисты, и не-активисты отмечают, что участие в общественных движениях (в том числе их личное участие) может сделать жизнь в населенном пункте более комфортной для жителей.

В интервью активисты отмечали, что именно желание принести пользу своему городу или поселку, сделать жизнь в нем более комфортной для его жителей выступает мотивом к возврату в небольшие населенные пункты для тех, кто уезжает в другие города и регионы для получения образования.

Может ли участие в общественных движениях, инициативах или в иных самодеятельных объединениях сделать жизнь в населённом пункте более комфортной для жителей



«Та молодежь, которая говорит, что ей скучно, я отвечаю: «Сами вы скучные». Мы сейчас топим за то, что если тебе скучно, то давай делать какие-то мероприятия, чем мы и занимаемся <...> Сейчас я заметила, что очень интересные ребята, лидеры мнений в школьное время, возвращаются в поселок и мы с ними творим просто величайшие дела. Я этому очень рада. Возвращаются не те, кто не сумел себя найти в городе, а те ребята, которые осознанно вернулись в поселок, потому что они знают, чем они могут быть тут полезны. Это круто» (девушка-активист, 28 лет)

ПРИЧИНЫ НЕУЧАСТИЯ В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛЕЗНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

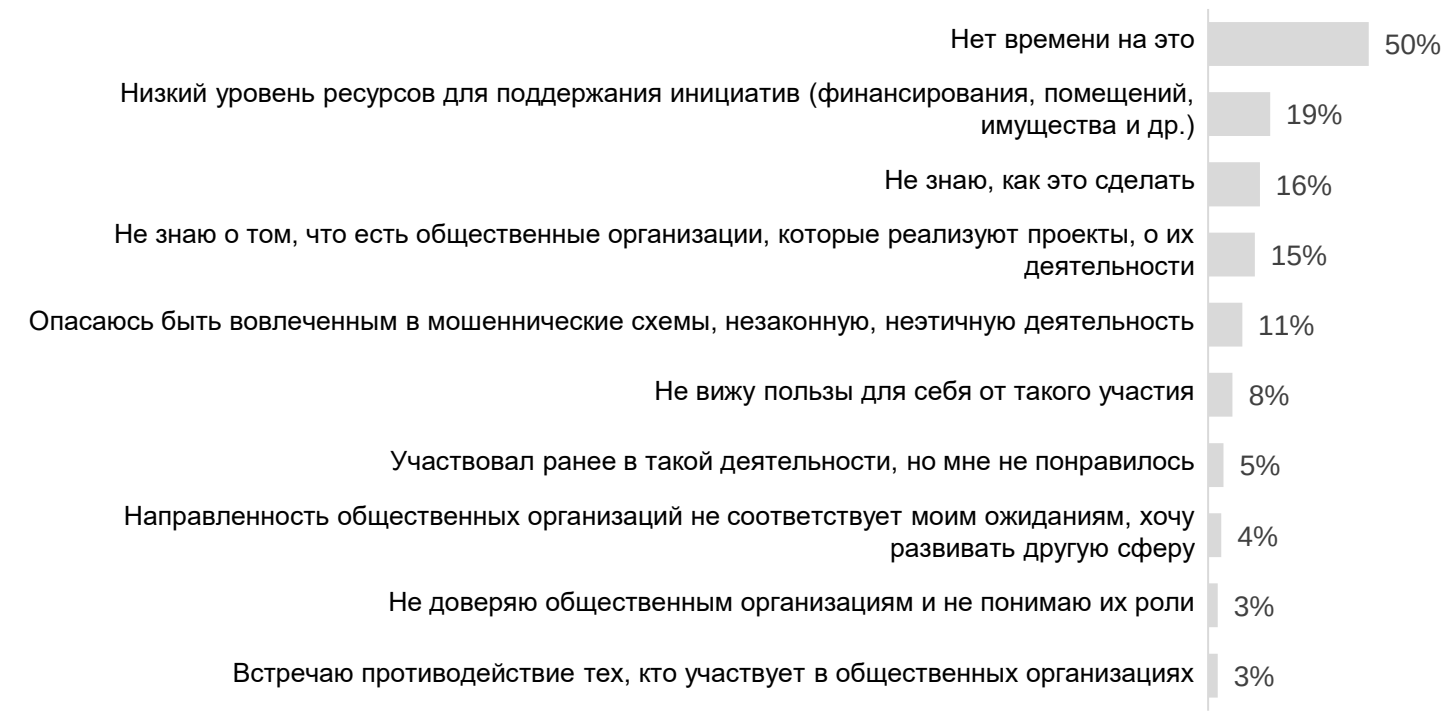
НЕ-АКТИВИСТЫ

Те, кто сам не участвует в общественно-полезной деятельности, наиболее часто ссылаются на нехватку времени на это. При этом стоит отметить, что молодые люди достаточно редко демонстрируют негативное отношение в такого рода занятиям: 11% опасаются оказаться вовлеченными в незаконные схемы, 5% имеют негативный опыт участия.

В то же время для значительной части молодых людей барьером к участию в общественно-полезной деятельности является низкая осведомленность о ней. Так, 16% указали, что не знают, как это сделать, 15% отметили, что не знают о деятельности общественных организаций.

Каждый пятый указал на низкий уровень ресурсов для поддержания инициатив, однако этот аспект требует дополнительного изучения. Участники глубинных интервью отмечали, что представление об отсутствии поддержки также распространяется из-за низкой осведомленности потенциальных активистов, а также представителей местной власти, о том, какую помощь и как именно можно получить. Однако они же жаловались на низкий интерес молодежи к общественно-полезной деятельности.

Причины, по которым молодые люди не участвуют в общественно-полезной деятельности



«Ну еще тоже есть специфика низких культурных ценностей, наверное. Что престижно быть там боксером, борцом. Сила там чтобы, стайность, может быть это назвать. Сейчас 1990-е отошли, а в наше время это было прям там активно. "Я бандюк", там еще что-нибудь, ну вот такое. И как бы неформальное движение ("ниферы" все называли). Оно отчасти осталось в наших городах, но наверное, как и во всех, уже не так сильно выражено. Молодежь уже становится более открытая, более может проявлять себя. Это, конечно, радует, что уже умным быть престижно, а не просто тупым отморожком, который там носится. Но это все равно в моногородах такое осталось» (молодой человек-активист, 35 лет)

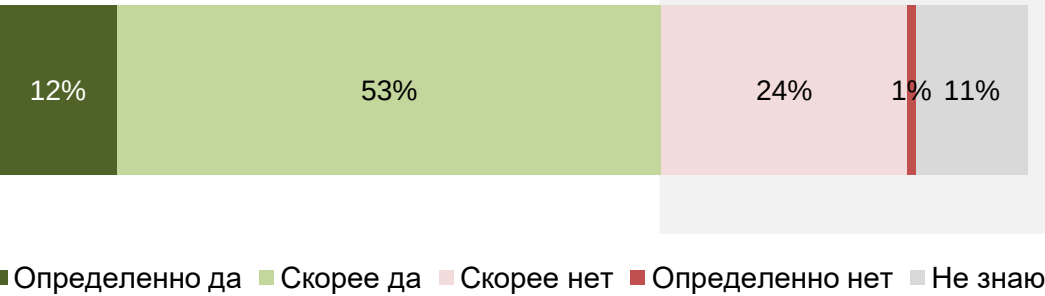
ГОТОВНОСТЬ ЗАНЯТЬСЯ ВОЛОНТЕРСТВОМ

НЕ-АКТИВИСТЫ

Те, кто сейчас не занят волонтерством и не готов включиться в эту активность, все же не отвергают возможность участия полностью. Более половины из них полагают, что мотивировать их мог бы интерес к конкретному проекту (59%). Участники интервью отмечали, что несмотря на большое количество различных инициатив, они являются однотипными (зачастую связаны с популяризацией культуры региона), в то время как молодежь могли бы привлечь более современные инициативы и проекты.

Также почти половина не-активистов готовы были бы принять участие в волонтерской деятельности совместно с друзьями и знакомыми. Разного рода бонусы от участия (сувениры, благодарности) уходят на второй план, но также могут являться мотивирующим аспектом: о том, что их могли бы привлечь памятные подарки, говорят 34%, благодарности – 36%, денежное вознаграждение – 28%.

Готовность в ближайшее время заняться волонтерством, добровольческой деятельностью



«Хотелось бы, с удовольствием. Свободное время есть и к новому я открыт <...> Самому что-то организовывать, скорее всего, ресурсов нет <...> Чтобы участвовать самому, тут должно прям....я бы не отказался, но тут зависит, что за инициатива, насколько трогает тебя»
(молодой человек-неактивист, 30 лет)

Если бы Вам предложили в ближайшее время заняться волонтерством, добровольческой деятельностью (то есть общественной работой в свободное время и без оплаты), стать членом общественных, добровольных или благотворительных организаций в Вашем населенном пункте, согласились бы?
Неактивисты: N=78.

Что могло бы привлечь к занятиям волонтерством



Что могло бы лично Вас привлечь к участию в общественно-полезной деятельности в Вашем населенном пункте? Неактивисты: N=78.

ПАРАМЕТРЫ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

НЕ-АКТИВИСТЫ

Проекты в сфере культуры и досуга являются во всех отношениях наиболее востребованными. Те, кто не занят общественно-полезной деятельностью сейчас, наиболее часто высказывали мнение, что готовы вовлекаться в эту сферу. Примечательно, что более актуальной для нынешних «не-активистов» является «помощь руками»: разово или на регулярной основе, в то время как заниматься продвижением проектов, перечислять деньги на их реализацию или заниматься сбором средств большинство молодых людей не готовы.

Направления проектов, в которых хотели бы принять участие в качестве волонтера



Что готовы делать в качестве волонтера



Вопрос: В социальных проектах, инициативах в каких сферах в Вашем населенном пункте Вам было бы интересно принять участие? Что именно вы готовы делать в качестве участника общественных движений, инициатив, проектов или в иных самостоятельных объединениях? Неактивисты: N=52.

ПРОЕКТЫ, В КОТОРЫХ УЧАСТВУЮТ АКТИВИСТЫ И ИХ РОЛИ В ПРОЕКТАХ

АКТИВИСТЫ

Наиболее распространенные форматы участия в общественно-полезной деятельности: волонтерские движения (59%), творческие и др. союзы (42%) и молодежные объединения и партии (35%). Практически каждый четвертый имеет опыт создания социальных и гражданских инициатив в качестве физического лица, значительно меньше доля тех, кто имеет опыт создания НКО или бизнеса.

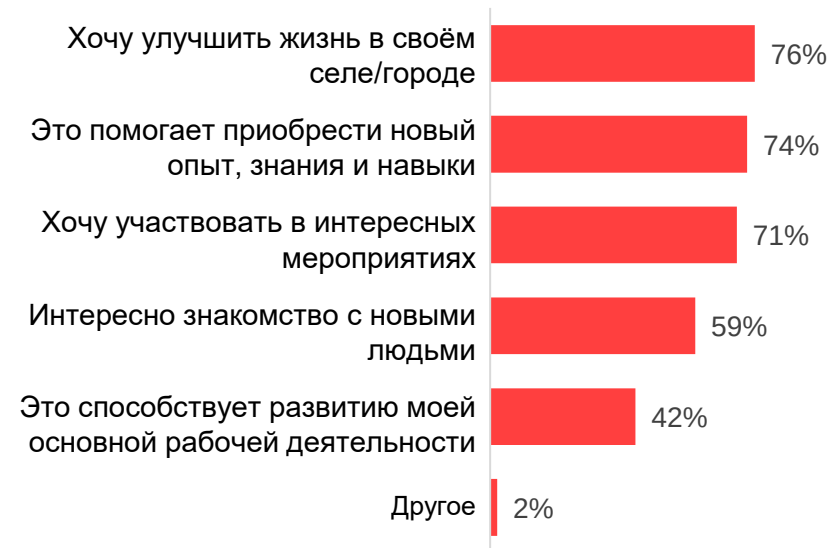


НАЧАЛО УЧАСТИЯ В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛЕЗНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

АКТИВИСТЫ

Все причины начала участия в общественно-полезной деятельности нынешние активисты выбирали достаточно часто. В «тройку лидеров» вошли желание улучшить жизнь в населенном пункте, желание приобрести новый опыт и знания и участие в интересных мероприятиях. Однако действующие активисты отмечают, что основным барьером для участия в различных инициативах является отсутствие интереса к такого рода активностям со стороны молодежи. Ключевым каналом привлечения к участию в социальных проектах являются социальные сети: 67% активистов узнали о возможностях участия в социальных проектах от друзей и знакомых. В интервью, однако, активисты рассказывали о ситуациях, когда у них возникал интерес к какой-то деятельности, после чего они начинали искать возможности их реализации, обращаясь к местным властям, друзьям и знакомым.

Причины, по которым решили заниматься общественно-полезной деятельностью, участвовать в реализации социальных и гражданских инициатив, проектов



«Мне 28 лет и мы дошли до того возраста, когда мы понимаем, что не надо ждать, не надо сетовать на кого-то, что неинтересно жить. Мы сами создаем интересную жизнь. <...> Мы участвуем в грантах, конкурсах, побеждаем и развиваем свой регион, заинтересованы в этом» (девушка-активист, 28 лет)

Откуда впервые узнали о возможности участия



Вопрос: Почему Вы решили заниматься общественно-полезной деятельностью, участвовать в реализации социальных и гражданских инициатив, проектов? Откуда впервые узнали о возможности участия общественных движениях, инициативах или в иных объединениях, членства в общественных, добровольных, благотворительных организациях? Выберите все подходящие варианты ответа. Активисты: N=133

НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЗАТРАТЫ ВРЕМЕНИ НА УЧАСТИЕ

АКТИВИСТЫ

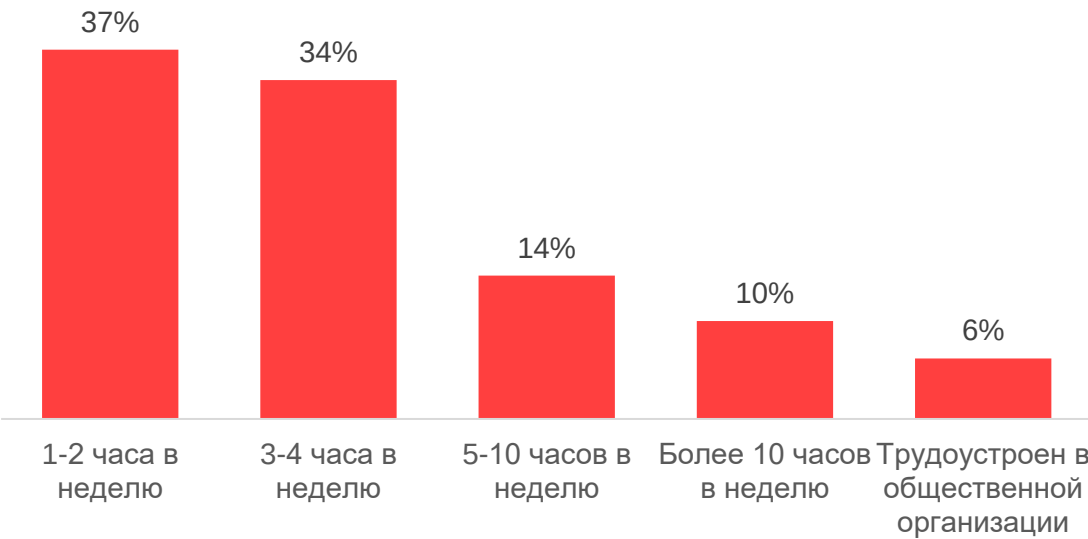
Проекты в сфере культуры и досуга являются самыми востребованными не только со стороны «потребителей», но и со стороны активистов: более половины из них участвовали в реализации таких проектов.

Затраты времени на участие в общественно-полезной деятельности относительно невелики: большинство активистов на такого рода деятельность тратят не больше 4 часов в неделю (71%).

Направления идеи, инициатив, проектов в которых принимали участие



Время, которое тратят на участие в деятельности волонтерских и других организаций



Вопрос: В реализации идеи, инициатив, проектов в каких направлениях Вы принимали участие? Сколько времени в среднем в неделю Вы тратите на участие в деятельности общественных, добровольных или благотворительных организаций, в общественных движениях, инициативах или в иных объединениях? Активисты: N=133

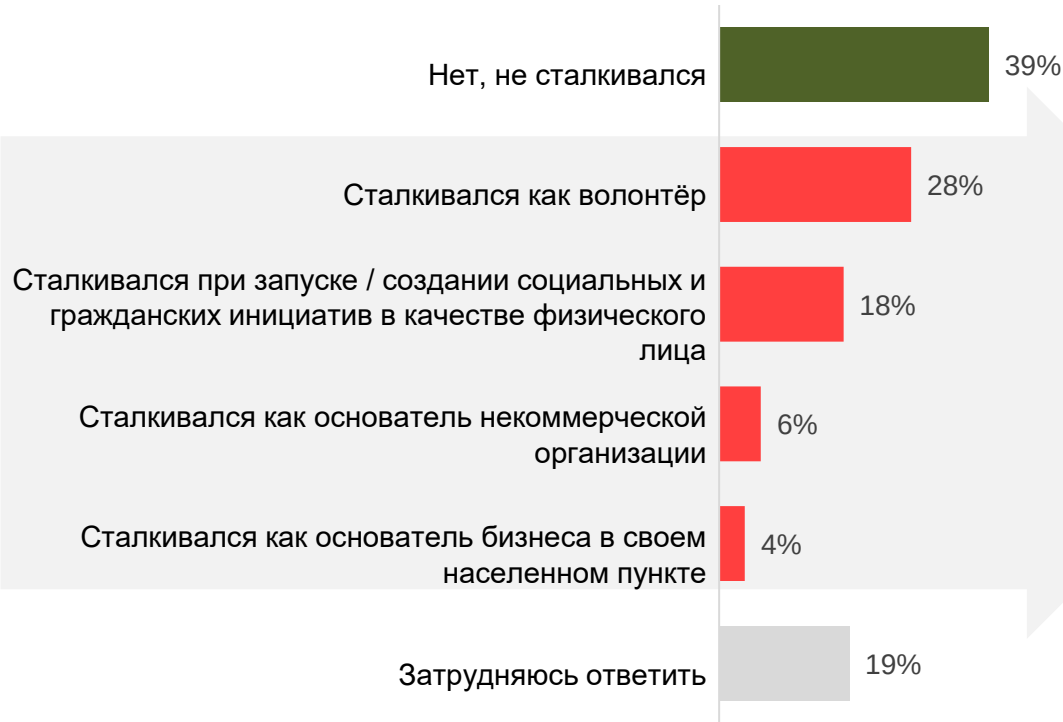
СЛОЖНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ И ГРАЖДАНСКИХ ИНИЦИАТИВ

АКТИВИСТЫ

С какими-либо сложностями при реализации социальных и гражданских инициатив сталкивалось менее половины всех активистов. Наиболее часто они указывали, что проблемы возникали у них в рамках волонтерской деятельности, однако и распространенность этой активности значительно превышает остальные.

Наиболее часто проблемы активистов были связаны с поиском ресурсов и финансирования.

Наличие сложностей при реализации социальных и гражданских инициатив



Вопрос: Сталкивались ли Вы со сложностями при реализации социальных и гражданских инициатив? Если да, то в качестве кого? Активисты: N=133

Сложности, с которыми столкнулись



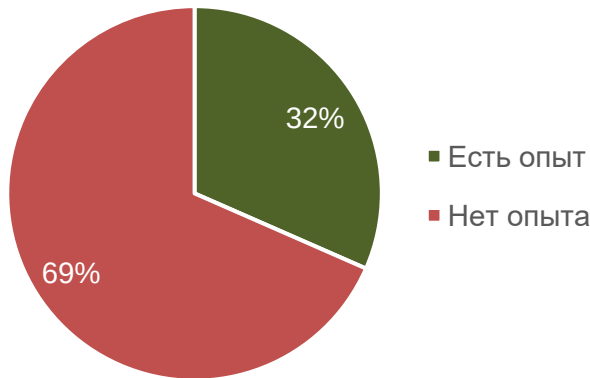
Вопрос: С какими сложностями Вы сталкивались при реализации социальных проектов, инициатив? Активисты: N=56

ОПЫТ ПОЛУЧЕНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ

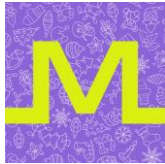
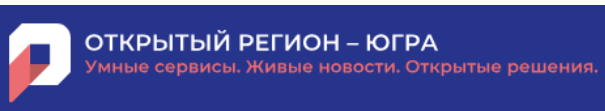
АКТИВИСТЫ

Треть всех активистов имеют опыт получения финансирования для реализации собственных проектов. Обобщая ответы на вопрос о том, кто именно осуществлял поддержку, можно выделить три ключевых категории источников: различные НКО (как правило, выступающие операторами грантов или организаторами конкурсов) как регионального, так и федерального масштаба; нефтяные компании; местные власти (муниципальные или региональные). Те, кто получал какое-либо финансирование, как правило, узнавали о нем из рекламы в социальных сетях (62%). Интернет в целом остается ключевым источником такого рода информации для молодых людей.

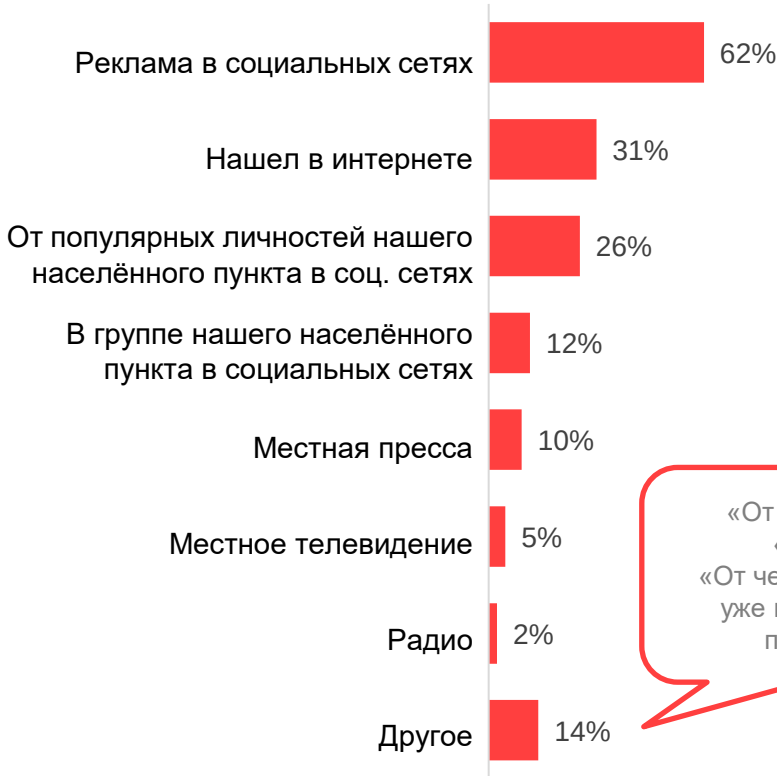
Наличие опыта получения финансирования



Организации, осуществлявшие финансирование



Источники информации о поддержке



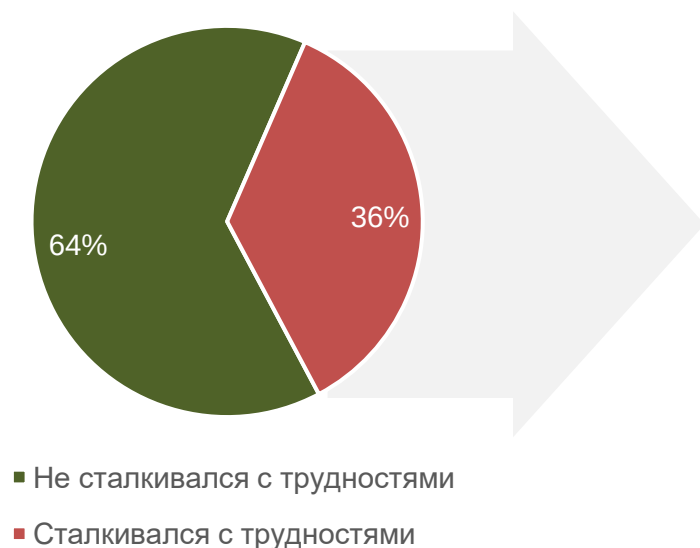
«От руководства»
«Коллеги»
«От человека, который уже получил такую поддержку»

СЛОЖНОСТИ ПРИ ПОЛУЧЕНИИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

АКТИВИСТЫ

О тех или иных сложностях при получении финансирования говорят 33% активистов, получавших такую поддержку. Как правило, жалуются они на сложности с оформлением заявок и последующей сдачей отчётности, отказы в предоставлении поддержки и плохую организацию процессов (задержки выплат).

Сложности при получении финансирования



Сложности с оформлением заявок, документов

«Трудоёмкое оформление документов»
«Оформление документации для подачи заявки, получение письменного ходатайства от вышестоящих органов для отказа в одобрении заявки моего проекта»
«Правильная формулировка. Оформление»
«Незнание правильности заполнения анкеты участника + проекта»

Сложности с оформлением отчетных документов

«Отчетность»
«Возникали трудности с отчетностью»
«С отчетной документацией в виду небольшого на тот момент опыта»
«Малообразованность в сфере работы с финансами и документами»

Отказ в предоставлении поддержки или недостаточная сумма поддержки

«Не видели необходимости выделять необходимую сумму»
«Второй проект не получил поддержку»
«Некорректная оценка проектов»

Задержка выплат, плохая организация процессов

«Плохая организация со стороны университета»
«Задерживали выплату грантовых средств, сокращали бюджет»
«Задержка перевода денежных средств»

Нехватка коммуникативных навыков

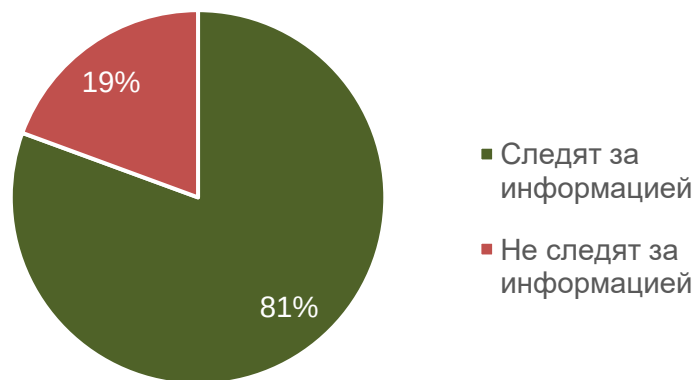
«Выйти на сцену и рассказать о своём проекте, так что бы люди меня поняли»

ГРАНТЫ И КОНКУРСЫ ДЛЯ НКО И ЧАСТНЫХ ЛИЦ

АКТИВИСТЫ

Большинство активистов отслеживают информацию о грантах для НКО и частных лиц, также более половины активистов знают организации, осуществляющие поддержку. Список организаций, которые известны молодым людям, во многом повторяет список тех, чью помощь активистам уже удавалось получить: Росмолодежь, Фонд культурных инициатив, Фонд Президентских грантов, фонды Потанина и Тимченко, различных нефтяных компаний. Грант Губернатора ХМАО Югры также известен подавляющему большинству активистов, а его оператор – Центр социальных и гражданских инициатив – также неоднократно упоминали в числе организаций, осуществляющих поддержку активистов.

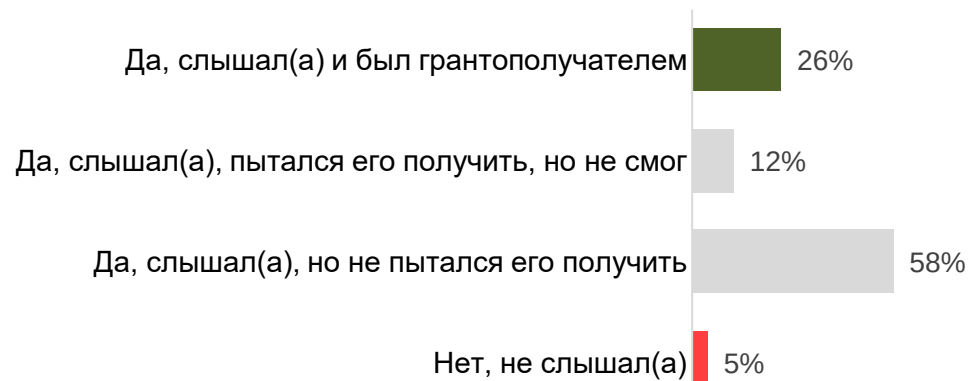
Отслеживание информации о грантах для НКО и частных лиц



Знание организаций, осуществляющих поддержку



Осведомленность о гранте губернатора ХМАО Югры



ВЫВОДЫ КОЛИЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Оценка жизни в населённом пункте

- Большинство молодых людей считают привлекательным для жизни свой населенный пункт, однако значительная их часть задумывается о переезде в ближайшее время (35% активистов и 39% не-активистов).
- Чаще всего молодые люди (вне зависимости от их участия в общественно-полезной деятельности) отмечают существование в их населенных пунктах таких проблем, как плохое состояние дорог, отдаленность мест проведения досуга и отдыха, плохая организация работы жилищно-коммунальных служб и вандализм.
- Привлекательные особенности малых населенных пунктов в восприятии большинства молодых людей обусловлены самим размером города: близость важных инфраструктурных объектов к месту жительства и безопасность. Также достаточно часто упоминается близость родственников и доброжелательность жителей города или поселка в целом.
- В тройку непривлекательных особенностей входят ограниченные возможности для путешествий, высокая стоимость жилья и высокие цены на продукты, одежду и пр.

Желание переехать

- Те, кто хотел бы переехать в ближайшие 3 года, как правило, говорят о намерении переехать в крупный город другого региона. Свое желание переехать молодые люди связывают в первую очередь со стремлением улучшить карьерные перспективы: при выборе нового места жительства для них важен уровень заработной платы, возможность трудоустройства и возможности построения карьеры.
- Наряду с этим важными факторами места жительства является возможность путешествовать и возможность разнообразно проводить свободное время, а также климат.
- Возможность реализации своих инициатив, идей также входит в пятерку наиболее важных факторов (как для активистов, так и для неактивистов).

Поддержка социальных и гражданских инициатив в населенном пункте

- Большинство молодежи (и активистов и неактивистов) считают, что в их населенном пункте поддерживаются инициативы и идеи жителей. В числе наиболее востребованных молодыми людьми проектов – деятельность в сфере культуры и досуга и проекты в сфере благоустройства территорий поселения.
- При этом как активисты, так и не активисты полагают, что их участие в общественно-полезной деятельности может сделать жизнь в их населенном пункте более комфортной.

Отношение неактивистов к общественно-полезной деятельности

- Те, кто не участвует в реализации социальных, гражданских и иных инициатив, объясняют это отсутствием времени (50%), однако также достаточно часто ссылаются они и на отсутствие ресурсов (19%). Помимо этого, фактором неучастия является низкая осведомленность об имеющихся возможностях: 16% не знают, как стать участниками таких проектов, 15% говорят, что не знают организаций, занятых такой деятельностью.
- Большинство неактивистов не отвергают полностью возможность стать участниками волонтерской, добровольческой деятельности. В первую очередь привлечь их могут интерес к конкретному проекту (59%), участие друзей и знакомых (49%) и понимание его практической значимости (40%).
- Наибольший интерес у неактивистов вызывают проекты в сфере культуры и досуга и в сфере спорта и ведения здорового образа жизни. Наиболее востребованным форматом участия можно назвать «помощь руками», о готовности делать пожертвования на проект или заниматься сбором средств говорят значительно реже.

Опыт активистов

- Более половины всех активистов состоят в волонтерских движениях, а опыт волонтерства имеют 86%.
- Основным каналом получения информации об активизме являются социальные связи: 66% активистов указали, что впервые узнали о возможности общественно-полезной деятельности от друзей и знакомых.
- Как правило, активисты также участвуют в проектах в сфере культуры и досуга, на свою деятельность тратят не более 4 часов в неделю.
- Однако почти половина активистов сталкивались с теми или иными трудностями при реализации социальных проектов.
- Почти треть активистов имеют опыт получения финансирования для своих проектов, поддержку оказывают региональные власти, нефтяные компании, а также различные операторы грантов. Треть тех, кто получал финансирование, отметили, что они столкнулись со сложностями при получении поддержки. Речь идет о проблемах с заполнением заявок и отчетных документов, отказах в предоставлении поддержки, задержках в перечислении средств и нехватке собственных навыков.

РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Увеличивать Центру гражданских и социальных инициатив Югры точки контакта. Проводить обучения в онлайн-формате и мастер-классы по оформлению заявок на получение поддержки. Со слов респондентов, Центр проводит данные мероприятия офлайн, но не у всех активистов есть деньги, время и возможность приехать в Центр. Организовывать выездные мероприятия в населенные пункты и форумы для молодёжи (успешные кейсы «УТРО», «НЕфорУМ»). Распространять информацию о мерах поддержки в том числе через власти на местах. Есть кейсы, когда человек шел с идеей к местной власти, а те не могли помочь, потому что сами не знали о существующих мерах поддержки.
2. Учитывать региональную специфику, т.к. многие считают, что ХМАО – богатый регион и все может позволить себе сам. Важно дифференцировать заявителей и оказывать поддержку тем населенным пунктам, которые не зависят от нефтяной промышленности, так как их ресурсы сильно ограничены.
3. Налаживать активную работу с Молодёжными и Ресурсными центрами поселений, а также способствовать их организации в населённых пунктах, в которых они отсутствуют:
 - 3.1. Рассмотреть возможность организации креативных многофункциональных молодежных пространств в целях создания благоприятных условий в поселениях для развития молодёжи и повышения ее уровня проявления гражданских инициатив. Особенностью проекта является создание механизма наставничества и единой информационно-коммуникационной площадки. Центр позволит разделить досуг молодых людей со сверстниками, удовлетворять интересы и развить свои таланты.
 - 3.2. Создание Ресурсного центра является одним из важных практических шагов на пути развития местной инфраструктуры и инициатив некоммерческого сектора. Задача центра оказывать услуги и создавать в поселении условия, чтобы некоммерческий сектор развивался и жители могли без проблем запускать свои инициативы, открывать и развивать новые НКО. Направленность центра должна включать в себя выявление и распространение лучших практик реализации проектов, а также наставничество по реализации инициатив, включая консультацию по оформлению заявок на получение грантовой поддержки.
4. Работать с сегментами целевой аудитории раздельно: с теми, кто молодой, хочет движения, разнообразия, и с теми, у кого семья, кому важен досуг с детьми, безопасность и пр.
5. Поддерживать инициативы жителей в сфере досуга и культуры, на них есть спрос. При этом важно стремиться обеспечить максимальное разнообразие проектов: кто-то считает важным поддерживать национальную культуру, кто-то – сделать все современно и молодежно.
6. Разработать меры по содействию межсекторному и межведомственному взаимодействию по вопросам реализации социально-значимых проектов. По результатам исследования и изучения кейсов реализованных проектов в рамках конкурса «Культурная мозаика», актуальная проблема – незаинтересованность, а иногда и конкуренция местных властей и муниципальных органов с активистами. Следует проводить кросс-функциональные мероприятия, направленные на позиционирование синергии активистов и органов власти для достижения общего социально-экономического эффекта поселения.
7. Проводить работы, направленные на содействие взаимодействия субъектов гражданских инициатив между собой и молодёжью, с целью обмена опытом, просветительской деятельности и увеличения вовлеченности жителей в деятельность НКО и заботу о поселении.
8. Учитывая мотивы переезда, барьеры к проявлению гражданских инициатив и миграционный прирост Югры – сфокусироваться на создании более комфортных условий для тех жителей, которые остались в поселениях и работать с имеющимися активистами. Поддерживать инициативы жителей в сфере досуга и культуры, на них есть спрос. При этом важно стремиться обеспечить максимальное разнообразие проектов: кто-то считает важным поддерживать национальную культуру, кто-то – сделать все современно и молодежно. Не направлять политику на удержание оттока молодёжи и формирование очень активных граждан. Закладывать принцип «соучастия», позиционировать потенциальной аудитории, что не обязательно совершать глобальные поступки для проявления гражданских инициатив, декомпозировать деятельность имеющихся активистов и вовлекать в неё менее активных жителей для помощи в информировании о проектах, выполнении нетрудоёмких поручений.

ГИПОТЕЗЫ И ИНСАЙТЫ



Гипотезы исследования

Почему не хотят остаться в регионе:

1. Невозможность реализации своих инициатив являются ключевой причиной переезда молодёжи. **ГИПОТЕЗА НЕ ПОДТВЕРЖДЕНА** - основной мотив переезда – наличие перспектив в карьере в других городах.

Почему не проявляют инициативу:

2. Низкий уровень информированности о наличии групп активистов (НКО) и грантовой поддержки. **ГИПОТЕЗА ПОДТВЕРЖДЕНА.**
3. Незаинтересованность властей в направленности инициатив жителей. **ГИПОТЕЗА ПОДТВЕРЖДЕНА ЧАСТИЧНО** – с данной проблемой столкнулась довольно малая часть респондентов.
4. Не соответствующая ожиданиям молодёжи направленность реализуемых инициатив – распространена организация концертов, танцев, при этом мало спортивных, образовательных и патриотических проектов. Задача выяснить актуальные направленности инициатив. **ПОДТВЕРЖДЕНА ЧАСТИЧНО** – следует продолжать поддерживать инициативы культурной направленности, так как на это есть спрос. Также молодёжь заинтересована в создании молодёжных центров для совместного проведения досуга, в благоустройстве внешнего вида поселения, уличной живописи, помощи животным и экологических проектах.

Получение поддержки инициатив

5. Сложный процесс получения грантов. **ГИПОТЕЗА НЕ ПОДТВЕРЖДЕНА** – по словам респондентов, сама процедура понятная и прозрачная, сложности возникают при работе с первой заявкой, в связи с отсутствием опыта.



Вызовы с которыми столкнулись

- Уменьшение количества участников команды → Умение реалистично оценивать имеющиеся ресурсы и оперативно принимать решения об изменении в дизайне проекта при их недостатке
- Сложность набора репрезентативной выборки из-за наличия региональной специфики → Обращение за помощью к НКО, региональным муниципальным органам, использование методики «снежный ком»
- Разница в GMT → Найден компромисс для созвонов

Совершенствование навыков

- Уроки самоорганизации, планирования исследования, распределения обязанностей и тайм-менеджмент
- Интерпретация и интеграция результатов нескольких исследований – навык гибко сопоставлять данные

Перспективы дальнейших исследований

- Работа в сборной команде расширила исследовательский опыт за счёт разнообразия применяемых методологий
- Ценный опыт социально значимого исследования за счёт изучения проблем и бенчмаркинга успешных кейсов

БЛАГОДАРИМ



OPROSSO

Платформа для проведения
онлайн исследований



Владислав Соколов

Советник генерального директора
Фонда «Центр гражданских и
социальных инициатив Югры»



Ирина Кнельц

Социолог, старший преподаватель
социально-политических дисциплин
Сургутского государственного
Университета

ПРИЛОЖЕНИЕ

ПРОФИЛЬ УЧАСТНИКОВ ИССЛЕДОВАНИЯ: АКТИВИСТЫ

	Характеристика	Доля в выборке
Возраст	16-20 лет	23%
	21-25 лет	19%
	26-30 лет	13%
	31-35 лет	45%
Укажите Ваш пол	Мужской	22%
	Женский	78%
Семейное положение	Замужем/женат	40%
	Не замужем/не женат	39%
	В разводе	7%
	Сожительство, брак не зарегистрирован	8%
	Отказ от ответа	8%
Наличие детей в возрасте до 18 лет	Нет детей	66%
	Один ребёнок	9%
	Двое детей	15%
	Более двух детей	10%
Уровень образования	Неполное среднее или ниже;	2%
	Среднее общее (школа);	12%
	Начальное профессиональное (ПТУ, колледж, лицей и др.);	8%
	Среднее специальное (ссуз, техникум, медицинское училище и др.)	8%
	Незаконченное высшее (обучение в вузе без получения диплома);	10%
	Высшее (диплом специалиста, бакалавра, магистра, ученая степень)	60%

	Характеристика	Доля в выборке
Основной род занятий	Студент, учащийся	26%
	Безработный	3%
	Домохозяйка	3%
	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель	17%
	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух, зав. кафедрой)	7%
	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	31%
	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата управления)	7%
	Рабочий (любой квалификации)	7%
Материальное положение	Мы едва сводим концы с концами; денег не хватает даже на продукты	4%
	На продукты денег хватает, но покупка одежды вызывает серьезные затруднения	6%
	Денег хватает на продукты и одежду, но покупка вещей длительного пользования является проблемой	44%
	Мы можем без труда приобретать вещи длительного пользования. Однако для нас затруднительно приобретать действительно дорогие вещи.	43%
	Мы можем позволить себе достаточно дорогие покупки – квартиру, дачу и многое другое	2%
	Отказ от ответа	2%

ПРИЛОЖЕНИЕ

ПРОФИЛЬ УЧАСТНИКОВ ИССЛЕДОВАНИЯ: НЕ-АКТИВИСТЫ

	Характеристика*	Доля в выборке
Возраст	16-20 лет	21%
	21-25 лет	19%
	26-30 лет	26%
	31-35 лет	34%
Укажите Ваш пол	Мужской	48%
	Женский	52%
Семейное положение	Замужем/женат	39%
	Не замужем/не женат	39%
	В разводе	5%
	Сожительство, брак не зарегистрирован	11%
	Отказ от ответа	6%
Наличие детей в возрасте до 18 лет	Нет детей	61%
	Один ребёнок	14%
	Двое детей	21%
	Более двух детей	4%
Уровень образования	Неполное среднее или ниже;	2%
	Среднее общее (школа);	15%
	Начальное профессиональное (ПТУ, колледж, лицей и др.);	8%
	Среднее специальное (ссуз, техникум, медицинское училище и др.)	21%
	Незаконченное высшее (обучение в вузе без получения диплома);	9%
	Высшее (диплом специалиста, бакалавра, магистра, ученая степень)	45%

	Характеристика	Доля в выборке
Основной род занятий	Студент, учащийся	25%
	Безработный	4%
	Домохозяйка	3%
	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель	1%
	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух, зав. кафедрой)	5%
	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	33%
	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата управления)	7%
Материальное положение	Рабочий (любой квалификации)	21%
	Мы едва сводим концы с концами; денег не хватает даже на продукты	1%
	На продукты денег хватает, но покупка одежды вызывает серьезные затруднения	8%
	Денег хватает на продукты и одежду, но покупка вещей длительного пользования является проблемой	44%
	Мы можем без труда приобретать вещи длительного пользования. Однако для нас затруднительно приобретать действительно дорогие вещи.	44%
	Мы можем позволить себе достаточно дорогие покупки – квартиру, дачу и многое другое	3%
	Отказ от ответа	0%

Данные по не-активистам взвешены по полу, веса установлены так, чтобы распределение соответствовало распределению населения в ХМАО Югре по полу (такой подход представляется допустимым, т.к. доля активистов в выборке не превышает 5% среди молодежи по данным исследования Росстата КОУЖ-2022). По возрасту данные не взвешивались, т.к. статистика в разбивке по идентичным возрастным интервалам недоступна. Имеющиеся данные (с другой группировкой по возрасту) позволяют предположить, что полученное в выборке распределение незначительно отличается от распределения молодёжи во возрастным группам по региону.