Анкета с описанием проекта, в котором применена практика вовлечения

|  |  |
| --- | --- |
| Цель проекта | Разработка мастер плана развития центральной исторической части города с учетом ожиданий не только жителей города, но и местного архитектурного сообщества, а также потенциальных резидентов территории |
| Инициатор проекта | Администрация города Тюмени |
| Проблема/задачи | Проблема:Проектируемая территория города Тюмени (в границах улиц Дзержинского-Республики-Челюскинцев-Осипенко) расположена в центральной исторической части города, соединяет основные улицы города, характеризующиеся интенсивным пешеходным трафиком, с набережной правого берега р. Туры, которая является одним из главных променадов города. На территории, которая включена в туристические маршруты, сохранены около 30 объектов культурного наследия, большая часть из которых являются объектами деревянного зодчества и декорированы уникальной объемной сибирской резьбой. Несмотря на вышеперечисленное проектируемая территория не популярна среди жителей города и используется ими как парковочная зона (автомобильный трафик не высокий), соответственно не интересна для бизнеса.Задачи:Определить круг заинтересованных сторонОпределить направления развития проектируемой территории на основе ожиданий заинтересованных сторонСформировать мастер план развития проектируемой территории |
| Мотивация для вовлечения граждан | Для жителей города и представителей местного архитектурного сообщества - возможность содействовать развитию значимой территории города.Для потенциальных резидентов территории – создать условия для своей будущей деятельности, в том числе для бизнеса |
| Предмет участия (какая цель вовлечения) | Для жителей города – формирование перечня ожиданий от развития значимой территории городаДля местного архитектурного сообщества – определение ключевых составляющих айдентики территории Для потенциальных резидентов территории – формирование ряда проектов, которые могут быть реализованы на проектируемой территории и перечня условий, создающих условия для их реализации |
| Способ коммуникации | С жителями города – опросы, реализуемые через интернет (Google Forms, специальный сайт).С представителями местного архитектурного сообщества и потенциальных резидентов территории - встречи |
| Механизмы вовлечения | Опросы проходили в онлайн формате посредством Google Forms и специального сайта, приглашения и ссылки на опрос размещались на большом количестве местных порталов, посредством афиш, размещаемых в центрах притяжения и другой рекламы, в том числе таргетированной. Для привлечения экспертов и потенциальных резидентов в проектные группы Администрацией города Тюмени совместно с центром компетенций был проведен ряд встреч с возможными экспертами и резидентами, размещена на соответствующих интернет-порталах информация с «призывом» к совместной работе. |
| Механизмы участия | В формировании мастер-плана приняли участие не только две стороны (заказчик – Администрация города Тюмени, исполнитель – архитектурное бюро), но и представители местного архитектурного сообщества и потенциальные резиденты, а также жители и гости города;Механизмы участия:* с жителями города – опросы;
* с представителями местного архитектурного сообщества и потенциальных резидентов – проектные сессии и работа в межпроектный период.
 |
| Механизм отбора участников | Для представителей местного архитектурного сообщества и потенциальных резидентов – посредством резюме. |
| Результат вовлечения | Мастер-план развития территории включает в себя всесторонний анализ проектируемой территории и ее городского значения, программу развития территории и соответствующую ей архитектурно-градостроительную концепцию.Программа соучастного проектирования, которая реализовывалась по заказу Администрации города Тюмени местным центром компетенций, включала в себя серию дизайн сессий и два опроса жителей и гостей города Тюмени.Первым мероприятием стал опрос жителей и гостей города Тюмени относительно инфраструктуры и благоустройства города, в рамках которого подтвердились гипотезы о том, что более 50% жителей города удовлетворены городской средой (итог опроса: удовлетворены 65%), более 70% жителей города за создание пешеходной улицы (итог опроса: за 86%) и была получена информация о желаемых изменениях, так, например, 89% респондентов за создание в городе уникальных арт-объектов и внедрение креативных визуальных решений, 90% опрошенных считают, что важно сохранять исторический облик города, 85% участников опроса посещают городские события, 62% участников опроса считают, что благоустроенность города зависит от самих жителей города, 35% респондентов отмечают, что им не хватает творческих и молодежных мероприятий.Первый опрос проходил в онлайн формате посредством Google Forms, приглашения и ссылки на опрос размещались на большом количестве местных порталов, посредством афиш, размещаемых в центрах притяжения и другой рекламы, в том числе таргетированной. В итоге в опросе приняли участие 1164 респондента. Результаты опроса легли в основу выполнения особых требований технического задания на разработку мастер-плана территории (в техническом задании указано, что мастер-план разрабатывается с учетом мнений жителей (гостей) города и других заинтересованных сторон) и были представлены исполнителю сразу после заключения контракта.Результаты этого же опроса стали отправной точкой для работы проектных групп, которая стала вторым пунктом в программе соучастного проектирования. Заказчиком, исполнителем и центром компетенций совместно сформированы направления работы проектных групп, представители которых являются основными заинтересованными сторонами.Проектная группа «Визуальные решения» состояла из местного архитектурного сообщества. Задача группы - показать видение возможного будущего территории с точки зрения тюменских архитекторов и восприятия ее жителями города с точки зрения историко-культурной идентификации. Проектная группа «Связь улицы Дзержинского с набережной реки Туры» состояла из представителей молодежного креативного сообщества, одна из локаций которого находится на набережной. Задача группы – сформировать предложения для смысловой взаимосвязи двух пешеходных территорий.Проектная группа «Туристические маршруты» состояла из представителей туристической индустрии. Задача группы – определить перечень объектов, входящих в туристический маршрут, и объектов инфраструктуры, необходимых для реализации туристических мероприятий. Проектная группа «Бизнес» состояла из потенциальных резидентов территории. Задача группы – определить возможные направления для развития малого и среднего предпринимательства.Проектная группа «Городские события» состояла из представителей событийной индустрии города. Задача группы – определить перечень объектов инфраструктуры, необходимых для реализации событийных мероприятий.В деятельности всех проектных групп приняло участие 33 человека.Для привлечения экспертов и потенциальных резидентов в проектные группы Администрацией города Тюмени совместно с центром компетенций был проведен ряд встреч с возможными экспертами и резидентами, размещена на соответствующих интернет-порталах информация с «призывом» к совместной работе. Работа проектных групп стартовала в очной форме (март 2020 года), продолжилась в онлайн формате (май-июнь 2020 года). Всего было проведено три сессии, на которых группы представляли результаты работ в межсессионный период, организуемый модератором каждой группы.Каждая группа в рамках своего направления разрабатывала пул проектов для территории. В итоге деятельности всех групп получился пул проектов (например, проект гастродвора, фестиваль «наличник-фест», туристический маршрут «деревянная Тюмень»), взаимосвязанных между собой и сформулированы основополагающие смыслы для проектных решений: улица-поток (пешеходная улица), улица-сад (взаимосвязь с дореволюционным названием улицы и вектор к ее озеленению), улица-портал (взаимосвязь прошлого с будущим).Исполнитель мастер-плана присутствовал на всех сессиях, окончательные итоги работы проектных групп также были ему предоставлены в рамках особых требований технического задания на разработку мастер-плана территории.Третьим пунктом программы соучастного проектирования стал опрос, направленный на определение желаемого функционального наполнения территории. Опрос также проводился в онлайн формате на специально разработанном сайте, где в игровой форме респондентам предлагалось для каждой из двух зон интерактивной карты выбрать до пяти стикеров, отражающих действия (например, гулять с семьей, знакомиться), функциональные зоны (например, детская зона, зона современных технологий) или эмоции (например, спокойствие, экстрим), которые хотелось бы переживать, находясь на ее территории. Приглашения и ссылки на опрос размещались на большом количестве местных порталов, посредством афиш, размещаемых в центрах притяжения и другой рекламы, в том числе таргетированной. В итоге в опросе принял участие 641 респондент.Результатом опроса стали мнения респондентов о том, что вся территория должна стать «зеленой» зоной, часть территории, расположенная ближе к центру города, включать деловую, туристическую, коммуникационную зоны, зону современных технологий. Другая часть территории, расположенная ближе к Набережной, должна стать зоной релакса и комфорта.Итоги второго опроса были предоставлены исполнителю в рамках особых требований технического задания на разработку мастер-плана территории.Разработчик мастер-плана использовал все представленные материалы, что показал на одной из презентаций итогов своей работы. |
| Результат проекта | Мастер план развития центральной исторической части города с учетом ожиданий не только жителей города, но и местного архитектурного сообщества, а также потенциальных резидентов территории |
| Повторяемость | Используемая практика работы по вовлечению заинтересованных сторон в процесс формирования мастер плана развития территории была использована Тюменский отделением застройщика «Брусника» при разработке мастер плана развития другой территории города Тюмени |
| Бюджет проекта | 3 749 515 руб. |