

Название проекта:

«Аллея Гоголя» - проект по созданию нового PublicSpace в Томске

Организаторы:

Интернет-сообщество «Странные люди, которые хотят видеть свой город чистым»

Авторы, исполнители:

Владимир Мельников – Руководитель проекта, организатор субботников
Тамара Мельникова – PR-Специалист, организатор массовых мероприятий
Александр Кузнецов – Координатор проекта
Сергей Парфенов – Арт-координатор проекта
Мария Аникина – Фотограф, организатор массовых мероприятий
Евгения Швецова – Координатор проекта, работа с партнерами

Сроки

Первый этап проекта был реализован в период с июля по октябрь 2012 года. За это время было проведено семь субботников, было нарисовано восемь рисунков, проведено одно масштабное мероприятие. В июле начались субботники, в августе были нанесены первые рисунки, в октябре состоялось мероприятие «Ревизия в Аллее Гоголя», завершающее первый этап проекта.

Второй этап запланирован на 2-3 квартал 2013 года, он будет включать в себя около пяти субботников и пару тематических мероприятий. Также планируется нанесение еще порядка десяти рисунков, пробная установка малых архитектурных форм.

Проблематика

В центре Томска очень много заброшенных мест, которые законсервированы или принадлежат давно исчезнувшим людям или организациям, а то и вовсе никому. Отношение общества к этой проблеме, по большей части, однозначно: убирать такие места и приводить их в порядок «должны» органы власти, обычный человек ничего здесь сделать не в силах, не стоит и пытаться. Для властей же многие такие места остаются недоступными потому, что, например, находятся на не принадлежащей им территории. В результате в городском пространстве появляются туалеты и места, популярные среди разного рода маргиналов.

Именно такими местами занялись «Странные люди» - сообщество людей, которые собираются через интернет на субботники и постепенно приводят подобные места в порядок. За более чем двадцать субботников организаторам пришло понимание: субботники дают лишь временный эффект. Чтобы места реально изменялись, их надо делать интересными для горожан и посещаемыми. Это было серьезным вызовом: на тот момент «Странные люди» были достаточно известны как организаторы субботников и только субботников (сообщество крайне аполитично, и все разговоры про экологию, требования к властям и подобные строго пресекались), само устройство группы не предполагало серьезной проектной работы.

Было выбрано место - тропа вдоль стены заброшенного комплекса, принадлежащего Министерству Обороны РФ. Причины выбора достаточно прозрачны: место находится в центре, стена является интересным объектом для арт-обработки, «Аллея Гоголя» так и просится на язык (рядом с этим местом находится трамвайная остановка «Гоголя» и улица Гоголя). Кроме того, мимо этого места проходит популярный трамвайный маршрут, что являлось дополнительным аргументом в его пользу. После выбора и проведения первых субботников выявился ряд проблем, каждая из которых могла стать губительной для всего проекта.

- Получение разрешительных документов (необходимо было согласие Министерства Обороны РФ, а также одобрение главного дизайнера комитета по архитектуре и дизайну Администрации города Томска, разрешение на вырубку сорняковых кустарников и др.).
- Поиск идей: было не до конца понятно, где и как искать художников, иллюстраторов, которые смогли бы нарисовать там что-нибудь вменяемое, да еще и не взяв за это денег. Кроме того, мы понимали, что наш выбор может как положительно, так и отрицательно повлиять на судьбу проекта, сообщества.
- Увеличение популярности новоявленной Аллеи Гоголя: мы могли сделать это место сколь угодно прекрасным, но оно было бы непосещаемым. Нам необходимо было разработать стратегию продвижения проекта в массы, заручиться поддержкой медиа, создать серьезный инфоповод, повысить индекс цитирования «Аллеи Гоголя» в интернете.
- Деньги и ресурсы: для реализации проекта нам были необходимы деньги на краску, расходные материалы, мешки и перчатки для субботников. Кроме этого, немаловажно было найти инвентарь для работ на высоте – в паре мест стена достигала высотой десяти метров, нам нужны были лестница и строительные леса. Все это приобретало интересную окраску в связи с тем, что юридически не существует и не может существовать организаций типа «интернет-сообщество»: по сути, организация, да и весь проект, был только в головах организаторов и на бумаге. В таких условиях поиск денег и ресурсов осложняется: необходимо завоевать доверие человека, который решает, поддерживать или нет этот проект.
- Туристическая привлекательность и ре-посещаемость: даже реализация всего задуманного не являлась гарантией того, что место станут посещать, что гости города начнут целенаправленно туда ходить, а жители – возвращаться снова. Все известные места до этого строились в уже известных, посещаемых местах. Мы замахнулись на расширение, развитие центра города, привлечение людей в новое место, за которым закрепилась слава беспросветных трущоб.

Все это делало проект нереализуемым с первого взгляда. Это был вызов. «Странным людям» предстояло доказать – причем, в первую очередь, самим себе, что они смогут на него ответить.

Целевая аудитория проекта

Есть несколько групп людей, на которые проект должен оказать влияние.

1. Жители и гости Томска, исследующие город в туристических целях или предпочитающие отдыхать в публичных пространствах. Им отведена роль зрителей и ретрансляторов информации о проекте. Потребности данной группы достаточно просты: им интересно видеть новое, красивое и оригинальное. Им интересны необычные мероприятия и возможность опубликовать что-то в Instagram. Хипстеры и обыватели, туристы и иностранцы: все эти люди должны наполнить это место жизнью.
2. Бизнес и органы власти. Для того чтобы реализовать проект, чтобы строить что-то новое, нам необходимы деньги и поддержка. Бизнесу было важно увидеть, что, поддержав нас, они поспособствуют развитию хорошего проекта и обретут определенный социальный капитал, выставят себя в лучшем свете в глазах общественности. Властям было важно понимать, что мы делаем дело, полезное для Томска и его облика.
3. Потенциально социально активные молодые люди (студенты и молодые предприниматели). Кроме тех, кто уже что-то делает, есть множество людей, которые сомневаются в своих силах и не участвуют в подобных мероприятиях. Одна из целей проекта – показать людям, что можно сделать, транслировать опыт и стимулировать похожие начинания.

Цели и задачи

Цели:

1. Улучшение состояния городской среды путем обновления объектов устаревшей и неиспользуемой инфраструктуры средствами современного уличного искусства, расширение центра города.
2. Усиление взаимодействия между участниками процесса территориального развития (гражданских организаций, представителей власти, бизнеса и пр.).
3. Трансляция полученного опыта в массы, получение обратной связи от жителей города, туристов, экспертов в области урбанистики, повторение этого опыта.

Задачи

Задачи на первый этап (уже сделано):

1. Получить разрешительные документы на раскраску забора, вырубку кустов и проведение мероприятия.
2. Привести это место в порядок: провести необходимое количество субботников, убрать весь мусор, вырубить и вывезти всю поросль

3. Найти художников и идеи для рисунков, арт-объектов
4. Найти деньги на краску и расходные материалы.
5. Найти информационных партнеров в СМИ и Интернете.
6. Реализовать задуманные произведения искусства.
7. Провести мероприятие для привлечения внимания общественности к этому месту («Ревизия в Аллее Гоголя»).

Задачи на второй этап (апрель-сентябрь 2013):

1. Восстановить чистоту места после зимы (провести 3-5 субботников)
2. Найти деньги и ресурсы для нанесения новых изображений (порядка 30-50 тысяч рублей)
3. Организовать освещение Аллеи Гоголя в темное время суток (найти партнера, согласившегося финансировать установку светильников на столбы трамвайно-транспортного управления)
4. Подготовить 2 тематических мероприятия
 - a. Первое – середина июня: провести в Аллее Гоголя «Гомскую прищепку» (фотовыставка на открытом воздухе, участвовать в которой могут все желающие, посетители выставки могут забрать понравившиеся карточки домой), поделиться с заинтересованными людьми планами на лето и осень.
 - b. Второе – начало сентября: подготовить и организовать workshop по теме создания публичных пространств, мастер-классы по созданию арт-объектов (с помощью приглашенных экспертов - руководителей проекта «Добро», Новосибирск, а также участников проекта «Партизанинг»), транслировать опыт при помощи кейса на примере одного из проблемных мест Томска
5. Восстановить поток публикаций в СМИ.
6. Провести «qr-кодирование» Аллеи для дополнительного привлечения туристов в это место (совместно с проектом QR-Томск)
7. Найти средства на установку трамвайной остановки (или найти организацию, которая сможет добыть списанный трамвай, разрезать его на две части и оборудовать внутри такую остановку)
8. Добиться от властей внесения Аллеи Гоголя в очередь мест, в которых нужно проложить новую дорогу (или найти деньги\организацию, которая это реализует)
9. Найти организации (власть или бизнес), за которыми можно будет «закрепить» это место для дальнейшего поддержания его в чистоте и порядке.

Коммуникационная стратегия

Каналы распространения информации:

1. Социальные сети (Вконтакте, Facebook, Twitter, Instagram)
2. Сайт сообщества «Странные люди»
3. СМИ (преимущественно - г. Томск, г. Новосибирск, г. Москва)
4. Мероприятия («ДелайСаммит», г. Москва, «Interra'12», г. Новосибирск, «TEDxYouthSkolkovo», г. Москва, «Печа-Куча», г. Томск)
5. Друзья и знакомые участников проекта

Коммуникативная стратегия проекта выглядит следующим образом:

1. Проект ведется максимально открыто. Когда проект находится в активной фазе, регулярно публикуются сообщения в социальных сетях, на сайте сообщества «Странные люди», в СМИ о ходе проекта, рассматриваемых идеях, объявления о субботниках, отчеты о прошедших мероприятиях и т.д. Организаторы проекта принимают участие в различных мероприятиях.
2. Проект освещается предельно честно. В социальных сетях и СМИ публикуются не только сообщения об успехах, но и сообщения о неудачах, проблемах, просьбы о помощи.
3. В освещении проекта используются популярные среди молодежи социальные сети, большое количество качественных фотографий (за счет привлечения профессиональных фотографов), фотопанорамы.
4. Проект подчеркнуто аполитичен.
5. Проект открыт для всех желающих принять в нем участие и сделать его лучше, рассказать о нем, подсказать новую идею.

В СМИ и Интернет транслировалась одна идея, образ: «Долгие годы это место было безнадежным, но мы это исправим. Присоединяйтесь, это вполне реально и интересно». Сейчас участие в преобразении Аллеи Гоголя становится интересным и популярным занятием, в нем принимают участие не только томичи, но и гости города.

Тактика

В рамках проекта проводились мероприятия, которые можно разделить на 3 группы:

- **Субботники:**
 - Выбор участка Аллеи Гоголя, съемка «до субботника», приглашение участников в соцсетях с акцентом на то, что все это можно привести в порядок.
 - Получение необходимых разрешений, предварительная договоренность о вывозе мусора с городскими службами
 - Закупка необходимых материалов, поиск бензопил и других инструментов по знакомым или закупка
 - Проведение субботника, фотосъемка профессиональными фотографами, публикации участников и организаторов субботника в twitter и Instagram
 - Публикация подробного фотоотчета, форсирование его репостов в социальных сетях, обсуждение результатов

- **Арт-работа**
 - Поиск художников и граффитистов – через социальные сети, знакомых
 - Отбор рисунков, оформление проекта
 - Получение одобрения от властей
 - Работа с бизнесом, поиск спонсоров на краску
 - Если требуется – поиск компаний, сдающих строительные леса или предоставляющих их бесплатно
 - Нанесение рисунков на стену (иногда в несколько этапов)

- **Мероприятия**
 - Подготовка плана мероприятия. Определение основных действующих лиц
 - Поиск партнеров
 - Публикация анонса в СМИ и социальных сетях, публикация в социальных сетях материалов для распространения (вирусные ролики, афиша)
 - Получение необходимых разрешений от администрации
 - Приглашение СМИ
 - Проведение мероприятия
 - Публикация фотоотчетов, благодарностей, сбор обратной связи

Креативные решения

- Несмотря на то, что сама Аллея находится на переулке Плеханова, название она получила в честь близлежащей улицы Гоголя. С другой стороны Аллеи пролегает улица Крылова, из-за чего на стене присутствует рисунок «Ворона и Лисица». Все это позволило расширить концепцию и выйти за рамки произведений одного писателя.
- Самый первый рисунок проекта – портрет Гоголя на каменной плите – пропал через месяц после того, как его нарисовали. Плиту так и не нашли, и мы нарисовали нового Гоголя, который держит шаловливого чертенка.
- Строительные леса для рисования «Вороны и лисицы» удалось получить бесплатно: взамен директор компании Томскремстройпроект попросил помочь найти ему художников для того, чтобы раскрасить лицевую часть «Первой цифровой школы». Это было сделано, художники даже денег заработали.
- Около рисунка «Вий» на асфальте был нанесен круг и силуэты ступней Хомы Брута.
- Для того чтобы подчеркнуть завершение первого этапа проекта и привлечь внимание жителей города Томска и близлежащих городов, было проведено мероприятие «Ревизия в Аллее Гоголя». Ядром мероприятия стала фотовыставка «Город, которого нет» (на ней были представлены работы фотографов из Томска, Новосибирска и других городов). Фотовыставку сопровождали познавательная экскурсия по району Аллеи Гоголя, ярмарка handmade товаров, раздача чая и музыкальное сопровождение от томских диджеев, а также «интерактивное» развлечение для посетителей – фотографирование с носами на фоне рисунков в Аллее Гоголя и нанесение «лайков» на стену.
- Для анонса мероприятия был снят ролик с актером Томского ТЮЗа в роли Гоголя. Ролик вирусно распространялся в социальных сетях.
- Для того, чтобы форсировать репосты о мероприятии «Ревизия в Аллее Гоголя» в социальных сетях был организован конкурс «Фотожаб». Победитель получил сертификат на три тысячи рублей в кафе «Солянка».
- Посетители мероприятия могли купить магнитики с изображениями рисунков из Аллеи Гоголя.
- Одним из экскурсоводов на «Ревизии в Аллее Гоголя» стал Андрей Александрович Кузичкин, бывший начальник Департамента по культуре Томской области
- В рамках сотрудничества с кафе «Солянка», сотрудники которого бесплатно разливали чай участников «Ревизии в Аллее Гоголя», был нарисован плакат с лицом Гоголя и надписью «Солянка любит Гоголя, Гоголь любит Солянку». В рамках мероприятия представители кафе продавали магнитики с этим изображением.
- Посетители мероприятия наносили «лайки» на стену при помощи баллончика с краской и трафаретов, заранее заготовленных организаторами.

- Возле каждого рисунка во время мероприятия висел временный qr-код, который вел на страницу с информацией о нем на сайте «Странных людей». Весной планируется размещение постоянных qr-кодов.
- В день проведения мероприятия похолодало и выпал первый снег. Под его весом порвались все крепления для Тентов. При помощи мачете были разрублены упавшие деревья, которые стали основой для «шалаша», в котором продавали чай и размещалась ярмарка.

Практические действия:

- Конец июня 2012: обсуждение концепции проекта, подготовка к субботнику.
- 18 июля: создание группы вконтакте, нанесение портрета «Гоголя» на одну из строительных плит напротив трамвайной остановки, рассылка пресс-релизов.
- 21 июля: первый субботник. Выяснилось, что разрешения на покраску стены нет.
- 22 июля - 1 августа: – судорожный поиск способов получения разрешения, обращение к губернатору, работникам мэрии, экспертам. В итоге – звонок в само министерство, получение почты, решение проблемы.
- 1-4 августа: Переговоры с компанией «Эр-Телеком» насчет спонсирования первого этапа раскрашивания стен. Итог: они покупают нам краску (на сумму около 20 тысяч рублей), мы наносим их маленькое лого без всяких надписей на стене около Пацюка.
- 1-4 августа: анонс и второй субботник, получение разрешения на вырубку кустов и нескольких мертвых деревьев.
- 15-18 августа: анонс и третий субботник, вырубается кустарник. Были найдены бензопилы, выпилены мешающие обзору деревья. Аллея Гоголя стала в разы светлей, в ней перестают собираться наркоманы.
- 20 августа: отчет о проведенном мероприятии, публикации в СМИ
- 26 августа: власти сносят незаконно установленные гаражи с трамвайной остановки
- 29 августа: анонс 4 субботника, размещение в социальных сетях и СМИ информации о субботнике и рисунках.
- 1 сентября: нанесение рисунков «Пацюк», «Утопленница», «Вий», открывается следующий сбор и классификация предложений по рисункам.
- 2-3 сентября: четвертый субботник, продолжение нанесения рисунков, обрезка кустов, публикация на сайте и в социальных сетях отчета о мероприятии.
- 4 сентября: удалось договориться на бесплатную установку строительных лесов
- 7-8 сентября: нанесение рисунка «Ворона и лисица», проведение 5 субботника
- 15 сентября: проведение 6 субботника в рамках всероссийской экологической акции «Сделаем». После него у нас остается очень много мешков и перчаток, не приходится тратить на них деньги.

- 15 сентября: выступление Александра Кузнецова на TEDxYouthSkolkovo (Москва) с рассказом про Аллею Гоголя. Выступление Тамары Мельниковой на Interra 2012 (Новосибирск) с рассказом о проекте.
- 16 сентября – Выступления Владимира Мельникова и Александра Кузнецова на мероприятии ДелайСаммит (Москва) с презентацией проекта.
- 17 сентября - 30 сентября: поиск средств на следующий этап рисования. Итог: есть деньги на краску для следующих трех рисунков (порядка 18 тысяч)
- 1-10 октября: поиск партнеров на мероприятие «Ревизия», съемка видеороликов, создание афиши
- 10 октября – публикация материала о проекте в статье «Блогострой: Пять историй о том, как блогеры обустривают свой город» в журнале «Русский Репортер»
- 9-11 октября: поиск, аренда и собиание строительных лесов
- 11-15 октября: нанесение рисунков (один за авторством «Людейстен»: приглашенных художников из Новосибирска)
- 16-20 октября:– подготовка к «Ревизии», проведение конкурса фотожаб, запуск вирусной рекламы, анонсы в СМИ.
- 20 октября: Ревизия в Аллее Гоголя
 - Бюджет, который мы смогли собрать для проведения мероприятия: **20 тысяч рублей.**
 - Была проведена ярмарка handmade товаров, в которой приняли участие томичи («Электронная почта СССР», «Вязаный заяц», «Этноарт», зоозащитная организация «Содружество» с открытками и другие) и приглашенный мастер JoiJobs (Новосибирск).
 - Была проведена познавательная экскурсия. Экскурсоводы – Екатерина Кирсанова и Андрей Кузичкин.
 - Было организовано музыкальное сопровождение от проекта Line.
 - Фотографии на выставку бесплатно распечатал PhotoSafariCenter, Печать обошлась бы тысяч в 12 рублей.
 - Продажа магнитов с рисунками из Аллеи Гоголя (25-50 рублей за штуку, в зависимости от размера) почти окупил затраты на мероприятие.
 - **За 3 часа мероприятие посетило около 300-400 человек.** Большинство из них оставили публикации в социальных сетях.
- 17 ноября: выступление Владимира Мельникова с рассказом о проекте за 6 минут на «Pecha-Kucha Night в Томске»

Результаты проекта (бюджет, эффективность)

На текущий момент завершен первый этап проекта. Результатами можно назвать следующее:

1. О проекте стало известно в Томске (имеются публикации практически всех СМИ), Новосибирске и на всероссийском уровне.
2. В группе в социальной сети Вконтакте, посвященной проекту, удалось собрать 367 человек. В группе «Странных людей» - 736. В группе проекта в Facebook – 87 человек. Аудитория частично пересекается, но в сумме мы получаем примерно 850-900 активистов, готовых участвовать в подобных проектах.
3. Получен опыт проведения мероприятий с привлечением минимальных ресурсов, поиска спонсоров, партнеров проекта. Если посчитать все деньги, потраченные во время проекта, получится следующая картина:
 - a. 10 тысяч на мешки и перчатки
 - b. 30-40 тысяч на краску и расходные материалы
 - c. 30 тысяч на мероприятие

Итого: 70-80 тысяч рублей на приведение в порядок территории, которая привлекла 400 человек, о которой пишут все СМИ города, в которую ходят фотографироваться туристы. Отдельно стоит отметить тот факт, что на Ревизию целенаправленно приехало около двадцати человек из других городов.

Кроме этого:

1. Получены необходимые разрешительные документы на 2 этап проекта
2. Найдены контакты ключевых людей и организаций, необходимые для дальнейшей работы
3. Общественности показан пример настоящей реализации проекта по городскому благоустройству с минимальными тратами денег.
4. Создан положительный имидж проекта для выхода на новых инвесторов.
5. Получена поддержка Администрации Томской области и Администрации города Томска в дальнейших начинаниях.

Проект развивался по Agile-технологии: финансы искали тогда, когда они были необходимы, и в таком объеме, в котором были необходимы. Все участники старались минимизировать затраты и свести присутствие бюджета к нулю: как это предполагалось в изначальной идее «Странных людей». Вызов был принят. В начале проекта казалось, что ничего не получится. В середине – что нам не хватит денег не ни на что. Перед мероприятием и в день его начала – хотелось отменить все и разойтись по домам. В результате – проект общеизвестен, про него не написал только ленивый. Ответ на вызов получился соразмерным его бросившему обществу.

Ждем весны.