

ИНСТРУМЕНТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ С НАСЕЛЕНИЕМ

© 2020 Карлина А.А.¹, Устина Н.А.², Чегуров В. В.³

¹Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка», г. Самара, Россия

²ФГОУ ВО Самарский государственный экономический университет, г. Самара, Россия

³Администрация Кировского внутригородского района городского округа Самара

На основе систематизации и обобщения опыта лучших муниципальных практик организации взаимодействия органов местного самоуправления с населением в статье разработана классификация коммуникативных площадок в зависимости от групп населения и их потребностей во взаимодействии с публичными органами. Предложенная классификация коммуникативных площадок разработана как управленческий инструмент для планирования работы органа местного самоуправления по работе с населением и оценки эффективности данной деятельности.

Ключевые слова: органы местного самоуправления, связи с общественностью, коммуникативные каналы взаимодействия власти и общества, оценка эффективности.

Вопросы организации эффективных способов взаимодействия власти и общества с целью обеспечения качества жизни и социально-экономического развития территории проживания населения усиливают свою актуальность в связи разработкой и реализацией национальных проектов, утвержденных президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 г. Особенностью национальных проектов является привлечение бизнес-структур и гражданского общества к участию в их реализации. Особенно это актуально для таких национальных проектов, как «Образование», ориентированного на развитие волонтерского движения, «Жилье и городская среда», одной из задач которого является «создание механизма прямого участия граждан в формировании комфортной городской среды».

В связи с новыми трендами в реализации национальных проектов требуется совершенствование технологий взаимодействия органов местного самоуправления с населением с целью включения их в процессы управления развитием муниципальных образований.

Теоретическим основанием для моделирования различных форм привлечения населения в качестве

участников процесса местного самоуправления является концепция нового публичного менеджмента, разработанная Малганом Дж., определяющая партисипативные принципы взаимодействия власти и общества [7].

В настоящее время в органах местного самоуправления взаимодействие с населением, осуществляемое по принципу соучастия, для которого требуется наличие развитых и разнообразных связей, осуществляется по двум направлениям:

- 1) от органов управления к гражданам (прямая связь);
- 2) от граждан к органам (обратная связь).

Другим важным аспектом деятельности связей с общественностью в муниципальном управлении выступает то, что местное самоуправление является наиболее близким к гражданскому обществу [5]. В связи с этим службы по связям с общественностью в муниципальном управлении должны иметь ряд разработанных технологий коммуникации с населением.

В практике применяются следующие технологии и механизмы управления для организации связей с общественностью.

1. Прямой контакт сотрудников и руководителей органов местного самоуправления с гражданами, то есть необходимо организовать приём людей, а

также дать необходимую информацию о том, как записаться на приём, и о его условиях, в том числе о тех вопросах, с которыми человек может обратиться в органы местного самоуправления. Помимо этого еще важно посещать предприятия и учреждения, которые курируются органами местного самоуправления. Данные встречи могут проходить как в формальной обстановке, так и в неформальной - в зависимости от ситуации.

2. Контакты со СМИ, в которых будет постоянное и налаженное взаимодействие сотрудников и руководителей органов местного самоуправления со СМИ. В данном случае стоит обратить особое внимание на организацию и проведение пресс-конференций по важным вопросам, брифингов, написание пресс-релизов, а также необходимо проводить сбор материалов с различных публичных выступлений чиновников и отправлять его на публикацию в доступные СМИ, для того чтобы люди видели отчетность о проделанной работе.

3. Внешние коммуникации, в которых будет производиться взаимодействие с людьми, живущими в муниципальном округе. К данной сфере задач относится взаимодействие с некоммерческими организациями, с представителями различных групп интересов, а также с населением муниципального образования.

4. Подготовка и проведение специальных PR-акций, формирующих благоприятный имидж местной администрации, в том числе её первых руководителей.

5. Работа по подготовке электронных сайтов, а также активность в социальных сетях. К этому относится как наполнение официального сайта муниципалитета информационными материалами по различным событиям, так и ведение публичной страницы данного муниципалитета в социальной сети, которая позволит упростить обратную связь с жителями муниципального образования.

На основе данных принципиальных подходов авторами была сформулирована проблема оценки эффективности различных форм коммуникаций органов местного самоуправления с населением с точки зрения масштаба вовлечения граждан в процессы муниципального управления и повышения

уровня доверия населения к власти и уровня участия этого населения в местном самоуправлении муниципальным образованием. Для решения поставленной задачи была разработана методика проектирования коммуникативных каналов и оценки их эффективности, в основе которой лежит:

- выделение различных групп населения в зависимости от потребностей во взаимодействии органов местного самоуправления;

- определение коммуникационных площадок взаимодействия органов местного самоуправления с населением, наиболее эффективных для работы с гражданами;

- формулирование показателей эффективности работы коммуникативных площадок.

В основе данной методики лежит концептуальное положение, заключающееся в том, что каждый вид коммуникации должен учитывать различные потребности активных субъектов городского пространства, готовых к конструктивному диалогу с органами местного самоуправления: молодежи, профессиональных сообществ, некоммерческих организаций, бизнес-структур, исследованных в работах Асташиной Е.Е. [2], Бухнер А.А. [3], Сергеевой С.Ю. [8], Устиной Н.А. [6].

Результаты применения методики приведены ниже.

Рассмотрим целевую группу «отдельные граждане».

Вид потребностей: индивидуальные потребности, связанные с решением конкретных проблем жизнедеятельности гражданина на территории муниципального образования.

Требования граждан к формам взаимодействия с органами местного самоуправления: доступность прямых каналов обращения граждан непосредственно к должностным лицам.

Цель органов местного самоуправления в организации взаимодействия: повышение уровня доверия населения к власти.

Виды коммуникационных площадок для взаимодействия: все каналы приема обращений граждан в органы власти и местного самоуправления.

Показатели эффективности коммуникационной площадки:

- 1) количество граждан, обратившихся на личный прием;
- 2) количество граждан, обратившихся на электронной площадке;
- 3) количество обработанных откликов;
- 4) количество граждан, удовлетворенных решенными вопросами;
- 5) количество активных откликов населения.

Рассмотрим целевую группу «местные сообщества (молодежь, пенсионеры, студенты)».

Вид потребностей: общественные уникальные (сверх социальных гарантий государства) потребности.

Требования к взаимодействию с органами местного самоуправления: доступ к ресурсам и возможностям органов местного самоуправления для реализации общественных инициатив, направленных на удовлетворение уникальных потребностей.

Цель органов местного самоуправления в организации взаимодействия: приращение ресурсов реализации муниципальных программ.

Виды коммуникационных площадок для взаимодействия:

- встреча мэра с населением;
- «круглый стол»;
- проведение общественных слушаний;
- проведение опросов общественного мнения;
- стратегические сессии;
- конкурсы социальных проектов;
- работа с инициативами.

Показатели эффективности коммуникационной площадки:

- 1) количество, обратившихся на электронные площадки;
- 2) количество граждан, присутствующих на встрече с мэром;
- 3) количество граждан, удовлетворенных возникшими вопросами: на встрече с мэром, на электронной площадке;
- 4) количество реализованных инициатив;
- 5) количество реализованных социальных проектов;
- 6) количество активных откликов местных сообществ.

Рассмотрим целевую группу «средства массовой информации (СМИ)».

Вид потребностей: потребности, связанные с реализацией профессиональных задач.

Требования к формам взаимодействия с органами местного самоуправления: возможность доступа к информации о деятельности органов местного самоуправления.

Цель органов местного самоуправления в организации взаимодействия: формирование положительного имиджа органов власти.

Виды коммуникационных площадок для взаимодействия:

- пресс-конференция;
- PR-акции;
- встреча мэра с населением;
- «круглый стол»;
- пресс-релиз;
- проведение различного рода расширенных совещаний с привлечением тех или иных групп общественности;
- дебаты по социальным проектам;
- брифинг;
- стратегические сессии.

Показатели эффективности коммуникационной площадки:

- 1) количество СМИ, присутствующих на пресс-конференции;
- 2) количество СМИ, участвующих в акции, количество обработанных откликов;
- 3) количество удовлетворенных СМИ по возникшим вопросам: на встрече с мэром, при посещении «круглого стола», дебатов, общественных слушаний;
- 4) количество публикаций по результатам встреч.

Рассмотрим целевую группу «некоммерческие организации (НКО)».

Вид потребностей: общественные потребности.

Требования к формам взаимодействия с органами местного самоуправления: доступ к ресурсам и возможностям органов местного самоуправления для реализации общественных инициатив.

Виды коммуникационных площадок для взаимодействия: встреча с мэром, «круглый стол», электронная площадка, общественные советы, проведение различного рода расширенных совещаний с привлечением тех или иных групп общественности.

Показатели эффективности коммуникационной площадки:

1) количество граждан, присутствующих на встрече;

2) количество граждан, присутствующих на «круглом столе»;

3) количество граждан, обратившихся на электронные площадки;

4) количество граждан, удовлетворенных возникшими вопросами.

Рассмотрим целевую группу «профессиональные сообщества».

Требования к формам взаимодействия с органами местного самоуправления: возможность участвовать в разработке и принятии управленческих решений.

Цель органов местного самоуправления в организации взаимодействия: экспертная оценка управленческих решений.

Виды коммуникационных площадок для взаимодействия: стратегические сессии; общественные советы при главе города и Думе; привлечение профессиональных сообществ и их представителей к экспертизе по различным направлениям работы администрации (аттестация служащих, антикоррупционные комиссии, экспертиза документов).

Показатели эффективности коммуникационной площадки те же, что и в предыдущих пунктах.

В настоящее время на законодательном уровне закреплена обязанность органов местного самоуправления в оповещении населения о своей деятельности и принимаемых решениях [4]. Организация обратной связи с населением является пока

только инициативой самих органов местного самоуправления.

Предложенный подход к формированию коммуникаций органов местного самоуправления с населением требует принципиально новых функциональных действий муниципальных служащих организационных структур, ответственных за связи с общественностью. Новыми функциональными обязанностями муниципальных служащих должны стать:

- целенаправленное планирование коммуникативных площадок (событий, процессов) в зависимости от содержательной составляющей и задач органа муниципального управления;

- определение групп участников коммуникативных площадок;

- организация откликов участников коммуникативных площадок на процесс взаимодействия с органами местного самоуправления и результаты этого взаимодействия;

- анализ эффективности коммуникативных площадок по сформулированным показателям.

Организация работы по проектированию, реализации и оценке коммуникативных площадок в рамках сформулированных новых функций предполагает распределение обязанностей между отраслевыми и территориальными структурными подразделениями органа местного самоуправления и централизованной PR-службой администрации муниципального образования. Один из вариантов распределения функций предложен в таблице 1.

Таблица 1 - Функции органов местного самоуправления в организации коммуникативных площадок

Этапы организации коммуникативных площадок	Функции органов местного самоуправления	
	PR-служба	Администрация внутригородского района. Отраслевой департамент
Планирование	Разработка методических рекомендаций по различным формам коммуникаций	Определение целей, задач, содержания результатов, участников коммуникации
Организация	Информационное обеспечение и поддержка коммуникативной площадки в СМИ	Проектирование места, времени, оборудования, технологической поддержки, иных ресурсов для коммуникации.

		Организация и проведение диалога между участниками коммуникаций
Контроль	Анализ информации о ходе и результатах работы коммуникативной площадки. Формулирование выводов об эффективности различных форм коммуникации. Анализ социального самочувствия населения, уровня общественной активности и доверия населения к власти в целом по городу	Организация сбора откликов участников коммуникации. Сбор информации о результатах работы коммуникативной площадки. Анализ социального самочувствия населения, уровня общественной активности и доверия населения к власти по направлениям деятельности структурного подразделения или территории

Предложенный механизм работы с эффективностью коммуникационных местными сообществами на территории площадок взаимодействия органов местного муниципального образования может быть самоуправленя с населением создает использован как для решения текущих условия для реального включения населения вопросов, так и для разработки в процессы муниципального управления и стратегических решений социально– повышает тем самым эффективность экономического развития города. деятельности органов власти.

В конечном итоге целенаправленная работа по проектированию и оценке

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Асташина Е.Е. Проектирование инструментальных средств для измерения эффективности государственной молодежной политики на территории г.о. Самара // Вестник Международного института рынка. – 2016. - №2. - С.69-76.
2. Асташина Е.Е. Учреждения высшего образования как среда формирования социальной активности молодежи // Вестник Международного института рынка. – 2018. - № 2. - С.56-62.
3. Бухнер А.А. Политическая культура молодежи как фактор развития гражданского общества // Вестник Международного института рынка. - 2017. - №1. - С.57-64.
4. Василенко И.И. Связь с общественностью в государственных организациях и местных органах власти: западный опыт // Проблемы теории и практики управления. - 2016. - №4. - С.229-232.
5. Васильева М.М. Связи с общественностью в органах власти. - М.: Юрайт, 2017. - 494 с.
6. Карлина А.А., Устина Н.А. Информационно-коммуникационное пространство как организационная основа общественного контроля в системе публичного управления // Сборник статей II Международной научно-практической конференции «Актуальные тренды регионального и местного развития», 2015. - С. 51-57.
7. Малган Дж. Искусство государственной стратегии: Мобилизация власти и знания во имя всеобщего блага. - М.: Изд. Института Гайдара, 2011. - 472 с.
8. Сергеева С.Ю. Динамика социальной активности объединений граждан в современной России. Итоги экспертного опроса // Вестник Международного института рынка. - 2016. - №1. - С.137-143.

TOOLS FOR ORGANIZATION OF INTERACTION OF LOCAL SELF-GOVERNMENT BODIES WITH THE POPULATION

© 2020 Anna A. Karlina¹, Nina A. Ustina², Vyacheslav V. Chegurov³

¹Samara University of Public Administration “International Market Institute”

²Samara State University of Economics

³Administration of Kirovskiy intercity district, Samara, Russia

Based on the systematization and comparison of the experience of the best municipal practices of organizing interaction between local self-government bodies and the population, the article has developed a classification of communication platforms depending on the population groups and their needs in interaction with public authorities. The proposed classification of communication platforms is developed as a management tool for planning the work of the local government to work with the population and evaluating the effectiveness of this activity.

Keywords: local self-government bodies, public relations, communication channels of interaction between government and society, efficiency assessment.