

# РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ МУНИЦИПАЛИТЕТА



# **Андрей Владимирович Мозолин**

## **Разработка концепции информационной политики муниципалитета**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=69552094](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69552094)  
SelfPub; 2023*

### **Аннотация**

Предлагаемый ниже текст был подготовлен Центром «Аналитик» в 2012 году в рамках проекта, связанного с разработкой нормативно-правовой и технологической основы формирования и управления информационной политикой муниципального образования. Несмотря на изменения в законодательстве, произошедшие за последние годы, появления новых технологий взаимодействия с целевыми группами, основные подходы, разработанные Центром «Аналитик», не потеряли своей актуальности. В представляемом тексте можно познакомиться с алгоритмами, связанными с подготовкой и утверждением следующих документов: 1. Концепция информационной политики администрации городского округа; 2. Регламент обеспечения реализации информационной политики; 3. Алгоритмы разработки и согласования данных документов. Книга предназначена для

руководителей и сотрудников органов местного самоуправления, политологам, а также бакалаврам и магистрам, обучающимся по специальностям «государственное муниципальное управление», «юриспруденция».

# Содержание

Введение	5
Информационная политика органов власти: основные подходы	7
Структура и содержание информационной политики органа власти	8
Базовые документы органа власти, связанные с формированием информационной политики	20
Концепция информационной политики администрации городского округа: возможная структура	22
Подготовка разделов «Концепции информационной политики администрации городского округа»	25
Обоснование необходимости принятия Концепции информационной политики	25
Правовая основа Концепции	30
Принципы информационной политики	34
Цели информационной политики	38
Миссия Городского округа «Н-ск» как основа реализации информационной политики.	43
Конец ознакомительного фрагмента.	60

# **Андрей Мозолин**

## **Разработка концепции информационной политики муниципалитета**

### **Введение**

Эффективная и стабильная работа местных органов власти во многом зависит от того, насколько качественно будет выстроена публичная, информационная политика муниципалитета. Тем не менее, результаты наших исследований, обсуждения, проходившие в рамках профильных конференций и «круглых столов», свидетельствуют о том, что эта задача решается лишь частично.

Основные причины кроются в том, что за последние годы так и не был выработан системный, комплексный взгляд на информационную политику органов власти и, соответственно, на методы, технологии, формы ее реализации. В свою очередь, это привело и к фактическому отсутствию нормативно-правовой базы, регламентирующих документов, финансовой основы и т.п.

Предлагаемый Вашему вниманию проект как раз и направлен на решение этих проблем. Основная цель издания состоит в том, чтобы дать в руки руководителей и сотрудников муниципалитетов конкретные инструменты для управления информационной политикой своей территории.

В частности, представленный ниже текст освещает вопросы, связанные с подготовкой и утверждением следующих документов:

1. Концепция информационной политики администрации городского округа;
2. Регламент обеспечения реализации информационной политики;
3. Алгоритмы разработки и согласования данных документов.

# **Информационная политика органов власти: основные подходы**

# **Структура и содержание информационной политики органа власти**

На сегодняшний день существует несколько определений «информационной политики». Все они достаточно интересны и в той или иной степени отражают суть понятия и представления своих авторов о данной сфере. В нашей работе, чтобы избежать разночтений, мы использовали следующую трактовку: информационная политика – это ряд целенаправленных действий, связанных с внедрением определенных информационных положений в сознание различных социальных групп и позволяющих сформировать и защитить положительный образ конкретного органа власти в целом, а также его руководства, и, в первую очередь, высшего руководящего лица.

Такое определение позволяет сформулировать структурно-функциональную модель информационной политики (см. Схему.). На наш взгляд, она включает несколько взаимосвязанных элементов, основным из которых является идеологический блок (или миссия) организации, выступающий содержательной базой для осуществления любой информационной деятельности. Следом за этим блоком, вырабаты-



вающийся на стратегическом уровне управления, идет адаптация и постановка конкретных задач для различных целевых групп, являющихся объектами информационного воздействия.

Поскольку основная цель, которая ставится при формировании информационной политики, состоит в обеспечении эффективности управления, то, исходя из этого, отбор целевых групп строится на основе их влияния на достижения данной цели.

После постановки задач для различных целевых групп, информационная политика предусматривает определение форм контактов (и каналов коммуникации), которые позволили бы осуществить донесение необходимых сообщений до каждой из этих групп, а также адекватных методов воздействия.



Заключительным элементом является контрольно-координационная функция, основная задача которой состоит в распределении объемов внимания к каждой группе и оценки эффективности применяемых методов воздействия.

Такая модель позволяет выделить несколько функциональных и содержательных блоков, которые требуют доста-

точно жесткую регламентацию.

На уровне идеологического блока речь идет о четком оформлении, с одной стороны, ценностей, на основе которых строит свою работу орган власти (при этом речь может идти не столько об идеологии, сколько о том, какими чертами, имиджем должна обладать власть), а с другой – как эти ценности должны быть адаптированы к специфике различных целевых групп.

Следующие блоки фиксируют специфику тех видов деятельности, которые направлены на оформление и распространение этих ценностей (имиджевых характеристик) до различных целевых групп. При этом можно выделить отдельные функции, которые необходимы для реализации информационной политики. К их числу относятся «планирование», «производство сообщений», «распространение», «анализ эффективности», координация и контроль».

В самом общем виде систему реализации информационной политики можно рассматривать в виде повторяющихся циклов выполнения данных видов деятельности (см. Схему.).

Таковы были наши исходные представления об информационной политике органа власти, опираясь на которые мы проводили исследования и разрабатывали документы.

Осуществление  
воздействия



Результаты опросов о содержании и задачах информационной политики органов власти<sup>1</sup>

### Подходы к определению

В первом блоке вопросов нам было необходимо выяснить, насколько совпадает наше представление об информационной политике органа власти с мнением экспертов. В связи с этим, предложив им свое определение, мы попросили участников опроса, если это необходимо, дополнить его. В итоге мы получили следующие результаты.

Сразу отметим, что большинство экспертов (57%) согласись с нашей точкой зрения (см. диаграмму). По мнению 43% данное определение отражает существующее положение дел лишь частично.

Эксперты предложили такие дополнения:

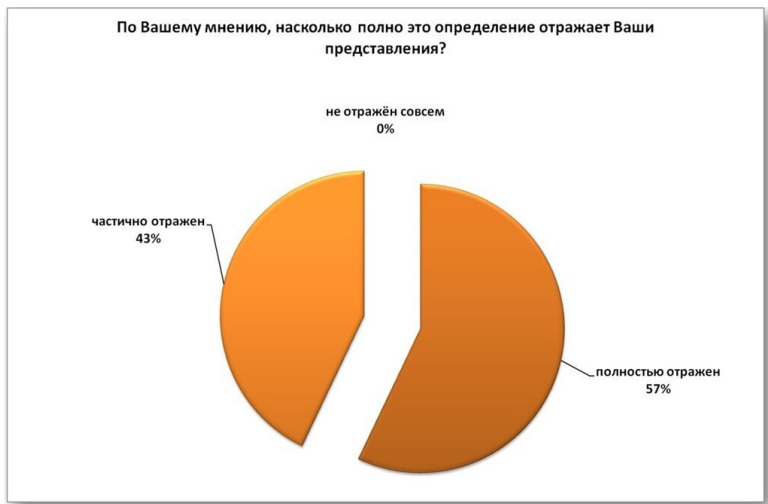
«Информационная политика – это комплекс мероприятий, призванный формировать у общественности желаемое представление о деятельности власти, о ее текущих и перспективных задачах, наиболее острых проблемах региона. Условиями достижения этого являются системность, постоянство и динамичный, изменяющийся в зависимости от условий, характер информационной деятельности.»

«Информационная политика-это ряд мероприятий, на-

---

<sup>1</sup> О результатах экспертного опроса руководителей и сотрудников местных органов власти. Опрос проходил в декабре 2011 – январе 2012 гг. и позволил нам охватить представителей 40 муниципалитетов. Добавим, что территориально были представлены 29 краев, областей и республик Российской Федерации.

правленных на формирование имиджа территории, для позитивного социально-экономического развития района и привлечения инвестиций.»



«Возможность получить положительную ответную реакцию (действие) со стороны учителей района, каждого гражданина.»

## **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ**

«Повествование (разъяснение) о направлениях деятельности органов власти.»

«А также получение информации от различных социальных групп о деятельности органа власти, и выстраивание на этой основе дальнейших действий».

«Информационная политика должна также включать так называемую «обратную связь» – получение информации от общественности и ее дальнейший анализ.»

«Информационная политика – комплекс политических, экономических, социально-культурных и организационных мероприятий, направленных на обеспечение органами власти информационного взаимодействия во всех сферах жизнедеятельности общества и государства».

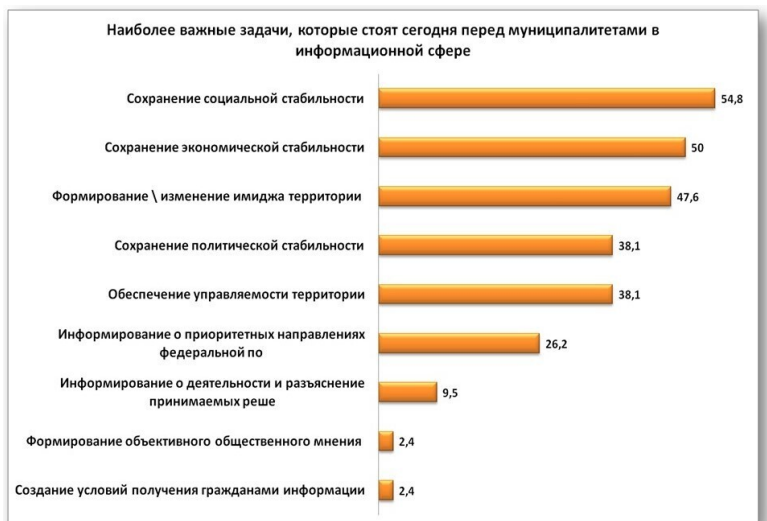
«Без слов «а также его руководства, и, в первую очередь, высшего руководящего лица».

### Задачи информационной политики

Перейдем к рассмотрению основных задач, которые должна решать информационная политика. Мы задали экспертам два вопроса, в которых, с одной стороны, фиксировались те проблемы, которые стоят сегодня перед муниципалитетами в информационной сфере, а с другой – формулировались основные направления деятельности информационных служб.

Отчасти они совпали с нашими гипотезами. Как можно заметить (см. диаграмму), основное внимание руководители и сотрудники муниципалитетов уделяют решению оперативных задач – сохранению социально-экономической и политической стабильности, а также формированию имиджа своей территории. В свете тех проблем, с которыми сегодня

сталкиваются местные органы власти, такой результат вполне закономерен.





Какие основные задачи должна выполнять структура, отвечающая за управление информационной политикой?



В связи с этим, логичным является и список тех задач, которые эксперты ставят перед структурой, которая должна отвечать за формирование и управление информационной политикой.

Первое место здесь делят «информирование целевых групп о деятельности органа власти» и «формирование и поддержка положительного имиджа органа власти» – по 67,4% (см. диаграмму).

Отдельно отметим, что большое внимание эксперты уделили и аналитическим задачам. Об этом свидетельствует

включение в список «анализ полученной информации», а также «сбор информации о состоянии целевых групп».

На наш взгляд, это свидетельствует о серьезной нехватки информации о состоянии общественного мнения и механизмов его постоянного мониторинга.

Содержательная основа информационной политики

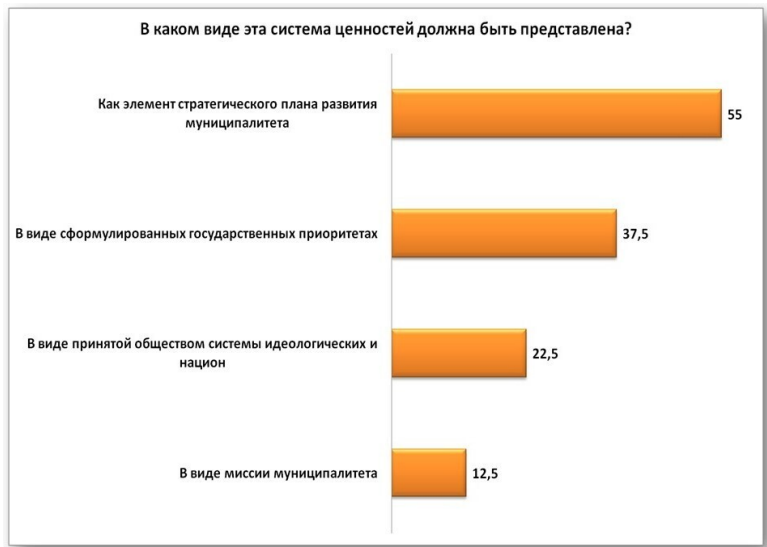
Ранее уже говорилось, что основу информационной политики определяет ее «идеологический» блок, т.е. та система ценностей (и \ или имиджевых характеристик), которая в адаптированном виде пропагандируется в целевых группах.

В рамках данного исследования мы не ставили задачу выяснить мнения экспертов относительно содержания этого блока. Основная причина состоит в том, что по нашему глубокому убеждению эта система должна быть сформулирована на федеральном уровне. Это позволит создать единую основу и для регионального (в т.ч. и муниципального) позиционирования, и для формирования единого ценностного пространства в стране.

Хотелось бы отметить, эта позиция в какой-то мере разделяется нашими экспертами. Поэтому неслучайно, что позиция, связанная с представлением системы ценностей информационной политики муниципалитета «в виде сформулированных государственных приоритетов» заняла второе место (см. диаграмму).

Тем не менее, сложно не согласиться и с другими мнениями участников исследования. Для решения сегодняшних

проблем, определения действий в информационной сфере хотя бы в среднесрочной перспективе, эта система должна войти полноправным элементом стратегического плана развития муниципалитета.



# **Базовые документы органа власти, связанные с формированием информационной политики**

## Исходные данные

### Стратегический план развития территории

- Видение
- Миссия
- Позиционирование

### Население (институциональные и социальные группы)

- Уровень информированности в различных сферах жизнедеятельности
- Имидж территории
- Имидж и репутация органов власти

Результаты  
исследования  
контактных  
групп  
территории

**«Концепция информационной политики администрации городского округа «Н-ск»**, фиксирующая стратегические цели, сферы, форматы, целевые группы, по которым должна осуществляться информационная работа

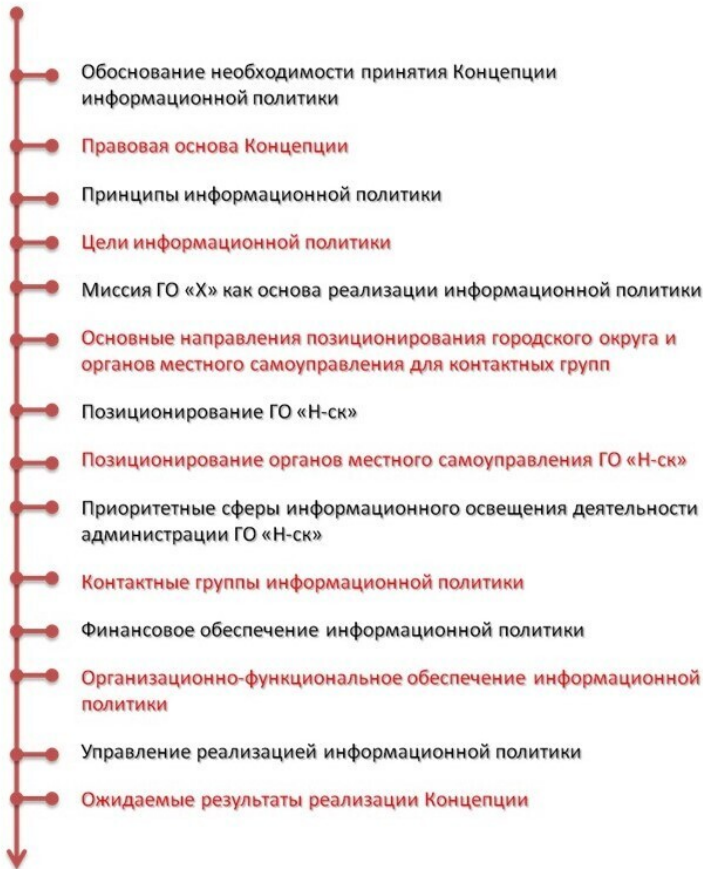
**«Регламент обеспечения реализации информационной политики городского округа «Н-ск»**, определяющий формы, содержание, периодичность документооборота между различными подразделениями органа власти

**«Регламент аналитического обеспечения реализации информационной политики городского округа «Н-ск»**, определяющий объекты, методы, периодичность, содержание аналитической информации, необходимой для реализации Концепции

**«Стратегия реализации информационной политики городского округа «Н-ск» на год»**, представляющая собой план-график освещения приоритетных тем и направлений, использования различных каналов коммуникации и проведения информационных мероприятий, связанных с реализацией Концепции

# **Концепция информационной политики администрации городского округа: возможная структура**

## ОСНОВНЫЕ БЛОКИ (РАЗДЕЛЫ) КОНЦЕПЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНА ВЛАСТИ



КОНЦЕПЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ АДМИНИСТРАЦИИ  
ГОРОДСКОГО ОКРУГА «Н-СК»





# **Подготовка разделов «Концепции информационной политики администрации городского округа»**

## **Обоснование необходимости принятия Концепции информационной политики**

Несмотря на то, что данный раздел не является обязательным для Концепции, мы, тем не менее, ввели его в структуру документа. Причины достаточно просты. За последние двадцать лет в органах государственного и муниципального управления уже сложилась практика взаимодействия со СМИ, некоммерческими организациями, представителями бизнеса и т.д. Разработаны отдельные положения по профильным отделам и должностные инструкции для соответствующих специалистов. Тем не менее, как показали исследования Центра «Аналитик», опросы, проводившиеся нашими коллегами, различные дискуссии, системного представления о деятельности в информационной сфере пока не сложилось.

В связи с этим, требуется по возможности четкая формулировка причин, которые побудили руководство конкретного органа власти определить свое видение направлений и содержания взаимодействия с различными группами общественности.

В ходе общения с руководителями и сотрудниками органов власти, мы попробовали сформулировать основные позиции в этой сфере. Условно эти позиции можно разделить на две группы:

## **1. Требования федерального законодательства**

Здесь главным образом речь идет о тех нормативных актах, которые содержат в себе «информационные» аспекты.

1.1. В первую очередь, это относится к Указу Президента Российской Федерации от 28 апреля 2008 г. № 607 "Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов". Указ вводит такой показатель как «удовлетворенность населения информационной открытостью» деятельности органов местного самоуправления. Естественно, что в рамках его исполнения необходима не только внутренняя для муниципалитета нормативная база осуществления этой оценки, но и основания для реализации деятельности местного самоуправления по информированию населения, формирования позитивного отношения к своей работе и т.п.

1.2. Федеральный Закон № 131 «Об общих принципах ор-

ганизации местного самоуправления в российской федерации» определяет муниципалитеты как субъекты публичной власти, вовлеченные во взаимодействие с различными группами общественности. В связи с этим, необходимы некие единые принципы, на основе которых будут осуществляться эти процессы. Это позволит сделать взаимодействие не только «прозрачным», но и равным для всех его участников.

## **2. Муниципальные потребности**

В этом случае, как правило, выделялись вопросы, связанные с непосредственной деятельностью муниципалитета, связанной как с решением вопросов в информационной сфере, так и в других (экономической, градостроительной и т.п.).

2.1. Единое представление целей и задач информационной политики позволит оптимизировать деятельность органа власти в этой сфере. В свою очередь, это ведет к оперативному реагированию на внешние воздействия, кризисные и конфликтные ситуации.

2.2. Потребность в управлении информационной политикой отражает заинтересованность органа местного самоуправления в эффективном осуществлении реализации стратегического плана развития территории. Без знания потребностей населения, без подготовки общественного мнения, решение стратегических задач территории носит проблематичный характер.

В итоге, в данный раздел Концепции мы включили следующие формулировки:

«В настоящее время все большее значение приобретает собственная информационная активность органов местного самоуправления и умение своевременно реагировать на внешние информационные воздействия. Являясь публичным органом власти, муниципалитеты вовлечены в процесс взаимодействия со СМИ, общественными организациями, представителями бизнес сообщества, работниками бюджетной сферы и другими группами.

Единая информационная политика муниципалитета позволяет организовать оперативный сбор, обработку и передачу информации; проводить анализ получаемой информации с целью подготовки возможных рекомендаций по выработке стратегии взаимодействия с различными общественными группами; оперативно реагировать на возникающие кризисные ситуации; формировать информационную среду городского округа.

Перечнем показателей эффективности деятельности органов местного самоуправления, утвержденным Указом Президента Российской Федерации от 28 апреля 2008 г. № 607 "Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов", вводится такой показатель как «удовлетворенность населения информационной открытостью» деятельности органов местного самоуправления. Качественное

информационное освещение деятельности органов местного самоуправления городского округа «Н-ск» и формирование положительного отношения населения к ним невозможны без определения стратегии и приоритетов информационной политики.

Концепция информационной политики администрации городского округа «Н-ск» (далее – Концепция) представляет собой совокупность целей, отражающих интересы исполнительной власти города в информационной сфере, стратегических направлений их достижения, задач по их реализации.»

# **Правовая основа Концепции**

Выше мы уже коснулись некоторых правовых аспектов, связанных с разработкой Концепции. Тем не менее, хотелось бы более детально остановиться на этом вопросе.

Как уже говорилось, сегодня ни на федеральном, ни на местных уровнях власти, за редким исключением, нет документов, прямо регламентирующих деятельность в сфере информационной политике. Однако существует ряд законов и постановлений, которые тем или иным образом касаются этих вопросов.

Наш предварительный анализ позволил сгруппировать эти нормативные акты в несколько категорий учетом тех субъектов, которые в большей или меньшей степени участвуют в информационном взаимодействии с органами власти.

## **1. Регулирующие деятельность в сфере рекламы и массовых коммуникаций.**

Федеральные Законы

«О средствах массовой информации» и «О рекламе»

## **2. Регулирующие деятельность общественных, национальных, религиозных и других неправительственных, некоммерческих организаций.**

Федеральные Законы

«Об общественных объединениях»

### **3. Регулирующие деятельность органов власти в сфере информатизации.**

Федеральные Законы

«Об информации, информационных технологиях и защите информации»,

Указы Президента РФ

от 31.12.1993 № 2334 "О дополнительных гарантиях права граждан на информацию";

РФ от 20.01.1994 № 170 "Об основах государственной политики в сфере информатизации";

от 01.07.1994 № 1390 "О совершенствовании информационно-телекоммуникационного обеспечения органов государственной власти и порядке их взаимодействия при реализации государственной политики в сфере информатизации;

Федеральной целевой программой "Электронная Россия на 2002-2010 годы", утвержденной постановлением Правительства РФ от 28.01. 2002 № 65;

### **4. Прямо или косвенно регулирующие информационную деятельность муниципальной власти.**

Федеральные Законы

«Об общих принципах местного самоуправления в Российской Федерации»;

«Об обеспечении доступа к информации о деятельности

государственных органов и органов местного самоуправления»;

Указы Президента Российской Федерации от 28.04.2008 № 607 "Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов"

Доктриной информационной безопасности Российской Федерации, утвержденной Президентом Российской Федерации от 09.09.2000 № Пр-1895;

Добавим, что основой этой базы выступают соответствующие статьи Конституции Российской Федерации и Гражданского Кодекса.

В ходе подготовки Концепции, мы остановились на следующих регулирующих документах:

«Концепция разработана с учетом положений Конституции Российской Федерации, Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 "О средствах массовой информации", федеральных законов от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации», от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Указа Президента Российской Федерации от 28.04.2008 № 607 "Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов", постановления Правительства Российской Федерации "О федеральной целевой программе



"Электронная Россия (2002-2010 годы)", Устава городского округа «Н-ск».»

# **Принципы информационной политики**

Поскольку любая концепция представляет собой некий генеральный замысел, комплекс взглядов, связанных между собою, а также систему путей решения выбранной задачи, то всегда существует необходимость сформулировать основные принципы, на которых она будет базироваться.

При разработке этого раздела нашей Концепции мы исходили из следующих соображений.

Как уже отмечалось, в основании информационной политики лежат определенные ценности, опираясь на которые будет осуществляться взаимодействие с различными контактными аудиториями. Применительно к специфике деятельности органов власти эти ценности определяются статьями Конституции Российской Федерации.

Ниже приведены выдержки из некоторых статей Конституции, на которые мы опирались в нашей работе и которые, в обобщенном виде вошли в итоговый шаблон.

«Россия есть демократическое федеративное правовое государство с республиканской формой правления. (Ст. 1.)»

«Человек, его права и свободы являются высшей ценностью. Признание, соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина – обязанность государства. (Ст. 2.)»

«Российская Федерация – социальное государство, поли-

тика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека. (Ст. 7.)»

«Государство гарантирует равенство прав и свобод человека и гражданина независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям, а также других обстоятельств. (Ст. 19.)»

«Органы государственной власти и органы местного самоуправления, их должностные лица обязаны обеспечить каждому возможность ознакомления с документами и материалами, непосредственно затрагивающими его права и свободы, если иное не предусмотрено законом. (Ст. 24.)»

«Не допускаются пропаганда или агитация, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду. Запрещается пропаганда социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства. (Ст. 29)»

Помимо конституционных позиций, нам было необходимо сформулировать «технологические» принципы реализации информационной политики. Здесь речь идет о том, что

1. Любое обсуждение деятельности органов власти должно носить открытый характер. Это предполагает не толь-

ко прозрачность работы муниципалитета, но и возможность участия в обсуждении любых заинтересованных участников.

2. Поскольку информационная политика направлена на решение не только оперативных, но и стратегических задач, охватывает различные группы населения, то она не может носить разовый, хаотичный характер. Как раз задача Концепции в том и состоит, чтобы построить относительно стабильную, комплексную систему взаимодействия между властью и населением.

На наш взгляд, обе эти позиции могут быть отражены в таких принципах, как «открытость» и «комплексность».

Исходя из сказанного, в рамках нашей Концепции, мы остановились на следующих принципах, которые, как нам кажется, достаточно полно отражают озвученные позиции.

«Информационная политика администрации ГО «Н-ск» базируется на следующих принципах:

Приоритетности прав человека и граждан – признание, соблюдение, защита прав человека и гражданина в информационной сфере.

**Законности** – обеспечение законных прав на информацию всех субъектов информационного воздействия и их равной ответственности перед законом.

**Открытости** – все основные мероприятия информационной политики открыто обсуждаются обществом;

**Равенства интересов** – в равной степени учитывают-

ся интересы всех участников информационной деятельности вне зависимости от их положения в обществе, формы собственности;

**Социальной ориентации** – основные мероприятия информационной политики направляются на обеспечение социальных интересов всех жителей городского округа;

**Комплексности** – деятельность по реализации информационной политики представляет собой использование всей совокупности личных средств и форм работы, позволяющих информировать жителей городского округа в различных сферах общественной жизни.»

# Цели информационной политики

Выше мы уже говорили о том, что в ходе наших исследований были получены общие представления руководителей и сотрудников муниципалитетов об оперативных и стратегических задачах, стоящих перед местным самоуправлением. Основное внимание здесь уделяется сохранению социально-экономической и политической стабильности, а также формированию имиджа своей территории и представляемого органа власти.

Однако, при разработке нашей Концепции, мы несколько расширили эти цели. В частности, были добавлены:

**1. «Программная» цель** – «использование информации в целях борьбы с теневой экономикой, коррупцией, распространением межнациональной и религиозной розни».

На сегодняшний день на уровне федеральных и региональных властей разрабатывается и осуществляется достаточно большой спектр различных программ по данной тематике. В связи с этим, включение данной цели в Концепцию выглядит не только логически обоснованным, но и является дополнительным аргументом для получения дополнительного финансирования в рамках осуществления информационной политики муниципалитета в части освещения этой проблематики.

**2. Стратегическая цель** – «Создание информационной среды, направленной на формирование образа жизни, основанного на демократических, патриотических ценностях, предполагающего активное участие населения в жизни городского округа.»

Остановимся на этом чуть подробнее.

Сегодня реализация стратегических планов развития территорий во многом зависит от того, насколько качественно будет выстроена публичная политика органа власти.

Если мы говорим о реализации проектов, программ, направленных на повышение качества жизни, то все они сегодня носят односторонний характер, затрагивая лишь материальную сторону жизни.

Тем не менее, понятно, что без учета общественного мнения населения, без выстраивания системы информационного взаимодействия с конкретными целевыми группами, мы будем постоянно сталкиваться с ростом социальной напряженности, проходящим на фоне социальных, экономических, межнациональных и межконфессиональных конфликтов. Вполне очевидно, что без решения этих вопросов проблематичным выглядит и движение в сторону повышения качества жизни населения, что является основной задачей органа власти.

Таким образом, речь идет о разработке технологий управ-

ления информационной политикой органов власти, которая была бы направлена на продвижение и принятие новых проектов и предложений различными целевыми группами, с одной стороны, и создавала бы предпосылки для формирования устойчивых легитимных моделей поведения и отношений, основанных, прежде всего, на патриотических ценностях – с другой.

## Основные факторы, влияющие на качество жизни



Это предполагает включение в информационную деятель-



ность органов власти собственно **стратегических задач**:

1. Формирование лояльности населения к власти, городу (Малой Родине), стране (Большая Родина), государству.
2. Формирование патриотических ценностей и образа жизни, основанного на них.
3. Разделение ответственности за происходящие социально-экономические и политические процессы с бизнесом и представителями «третьего сектора».

В свою очередь, решение этих задач подразумевает под собой осуществление долгосрочного, комплексного информационного воздействия и, соответственно, включение информационной составляющей в стратегии развития муниципалитета, учитывающей не только улучшение материальной составляющей качества жизни, но и духовную.

В результате обсуждения этих позиций, мы включили в Концепцию следующие формулировки:

«Целями информационной политики как составной части политики администрации ГО «Н-ск» являются:

Создание условий для распространения своевременной, достоверной, полной, разносторонней информации о политических и социально-экономических и иных событиях о жизни округа, направленное на сохранение и поддержание социальной и экономической стабильности;

Информирование населения о деятельности муниципальных органов власти и управления, о политической и соци-

ально-экономической жизни региона;

Создание благоприятного образа территории для привлечения инвестиций в экономику и социальную сферу городского округа;

Информационное сопровождение деятельности органов власти ГО «Н-ск»;

Создание условий для обеспечения органов местного самоуправления достоверной, точной и своевременной информацией о жизни в городском округе, регулирования взаимоотношений всех субъектов общественно-политической жизни;

Использование информации в целях борьбы с теневой экономикой, коррупцией, распространением межнациональной и религиозной розни;

Создание информационной среды, направленной на формирование образа жизни, основанного на демократических, патриотических ценностях, предполагающего активное участие населения в жизни городского округа.»

# **Миссия Городского округа «Н-ск» как основа реализации информационной политики.**

В теоретическом разделе мы уже писали о том, что содержательной основой информационной политики является «идеологический» блок, в котором фиксируются ценности, имиджевые характеристики тех объектов (территории, органа власти, его руководства), которые будут определять тематические и оценочные направления ее осуществления.

## Стратегический план развития территории

- Видение
- Миссия
- «Внутреннее» позиционирование  
(Имидж территории,  
имидж и репутация органов власти)



**Население  
(институциональные  
и социальные группы)**

Поскольку информационная политика ориентирована не только на решение оперативных вопросов, но, прежде всего, на обеспечение реализации долгосрочных планов, то вполне закономерно, что ее содержательным «ядром» являются видение<sup>2</sup> и миссия<sup>3</sup> территории (города, городского округа и

---

<sup>2</sup> Видение – образ территории в будущем, которое может включать в себя спо-

т.п.). Как правило, эти позиции формулируются в процессе разработки стратегических планов развития территории.

Естественно, что на сегодняшний день сложилось большое количество трактовок этих понятий и их содержания. Однако мы не будем вдаваться в анализ различных дискуссий и подходов, посвященных этой проблематике. В рамках нашего проекта мы в целом согласились со следующими параметрами:

«1. Миссия является визитной карточкой города. Она разъясняет предназначение, смысл и цель его существования.

2. Миссия должна учитывать интересы всех заинтересованных сторон.

3. Миссия города – это открытое обращение к его жителям, гостям, властям, соседям, мировому сообществу, бизнесу.

4. Миссия должна служить консолидации всех уровней городского сообщества.»<sup>4</sup>

---

соб достижения этого результата.

<sup>3</sup> В контексте нашего проекта миссия рассматривается как наиболее общая цель организации, представленная в наиболее общей форме и чётко выражающая основную причину существования организации (администрации). При этом миссия направлена не столько на внешние, по отношению к территории, группы (напр., инвесторов), сколько на различные внутренние группы (население) муниципалитета.

<sup>4</sup> Источник: <http://tvernews.ru/blog/113/18691.html>

Помимо этого, мы проанализировали ряд миссий (либо их проектов). Как, с нашей точки зрения, удачных, так и не очень. Вот некоторые из них:

### **Миссия г. Урай**

«Урай – нефтедобывающий, инновационный и культурный центр ХМАО с динамично развивающейся перерабатывающей промышленностью, обеспечивающий связь округа с промышленностью Урала и северными территориями, с ориентацией на создание благоприятной жизненной среды и высокое качество жизни населения.

Основой реализации Миссии является формирование корпоративного интереса города, обеспечивающего достижение основных целей и задач многофункционального сибирского города на базе консолидации всех общественных сил, социально и экономически активного населения города.»

### **Миссия г. Уфа**

«Уфа – столичный город ХХІ века, реализующий возможности для всестороннего развития Человека.

Миссия определяет главную стратегическую цель – устойчивое развитие города для повышения качества жизни населения.

Реализация главной цели основана на трансформации

форм и методов управления социально ориентированными реформами инновационного развития города по принципу «от традиций – к инновациям».

### **Видение и миссия г. Новокузнецк**

«К 2025 году город Новокузнецк должен стать крупным промышленным центром с высоким экспортным потенциалом, диверсифицированной экономикой, где наряду с ведущими отраслями – металлургической и угольной, основанными на наукоемких и ресурсосберегающих технологиях, ускоренно развиваются машиностроение, производство строительных материалов и конструкций, переработка техногенных отходов. Он станет образовательным, культурным, научным, транспортным и медицинским центром Юга Кузбасса. Это город с высоким уровнем экологической безопасности, развитой средой обитания, растущим населением, развитым сектором услуг, высоким уровнем качества жизни населения.

Миссией города является устойчивое повышение качества жизни населения, обеспечиваемое экономическим ростом, развитием социальной сферы и среды обитания.»

### **Миссия г. Керчь**

«Обеспечение высокого качества жизни:

путём развития города как международного торгово-транспортного и логистического узла, центра промыш-

ленности и туризма на Востоке Крыма;

за счёт расширения сферы использования историко-культурного наследия, природно-климатических, рекреационных, людских и экономических ресурсов;

при сохранении партнёрства власти, бизнеса и общественности.»

### **Миссия г. Кизел**

«Развитие города как многопрофильного промышленного туристического и образовательного центра межрегионального значения, обеспечивающего стабильное повышение качества жизни населения».

### **Миссия г. Набережные Челны**

«Обеспечение динамичного устойчивого развития города Набережные Челны в условиях растущей конкуренции с многопрофильной самоорганизующейся экономикой на основе инвестиционной, инновационной привлекательности, с высокими уровнем жизни населения, научно-производственным потенциалом, уровнем культуры».

Несмотря на широкое географическое, экономическое, культурно-историческое разнообразие, сложно не заметить определенные общие позиции, которые существуют в этих формулировках. Исходя из проведенного анализа (включившего в себя не только изучение существующего опыта в других муниципалитетах, но и исследование истории «Н-



ска», его экономических, культурных и др. характеристик), на уровне проекта мы остановились на таком описании миссии:

## **Миссия**

«Н-ск» – промышленный город XXI века, реализующий возможности для комфортной, безопасной жизни горожан и всестороннего развития граждан.

Миссия определяет главную стратегическую цель – устойчивое развитие города для повышения качества жизни населения.»

Основные направления позиционирования городского округа и органов местного самоуправления для контактных групп

Для начала нам хотелось бы пояснить смысл, который мы вкладывали в понятие «позиционирование» при подготовке этого раздела.

Как правило, в маркетинге, откуда и пришло данное понятие, под позиционированием понимается формирование образа марки в воображении целевой аудитории так, чтобы она как можно более выгодно отличалась от марок конкурентов, для чего используются как реальные, так и воображаемые ее характеристики. Торговые марки занимают в сознании потребителя позиции относительно конкурирующих продуктов и торговых марок.

Что касается специфических подходов, связанных с «по-

позиционированием города», то наиболее распространенная трактовка звучит так – «обеспечение городу отличного от других, желательного места и роли среди других городов и в сознании целевой аудитории.»<sup>5</sup>

В нашем случае мы несколько отошли от этих подходов, сохранив суть понятия.

Мы исходили из следующих соображений.

Во-первых, поскольку субъектом реализации информационной политики будет являться орган власти, обладающий собственными потребностями в информационном пространстве, то логика позиционирования должна быть ориентирована на их удовлетворение, т.е. позиции (восприятие территории и собственно власти) определяются стратегическими целями и задачами.

Во-вторых, основой реализации информационной политики является стратегический план развития территории, включающий в себя не только видение и миссию, но и конкретные программы в экономической, социальной, экологической и других сферах. Соответственно, для каждой из этих долгосрочных программ необходимы определенные действия в информационном пространстве, которые бы обеспечивали их принятие населением и формировали бы необходимое общественное мнение по вопросам, связанным

---

<sup>5</sup> Визгалов Д.В. Маркетинг города. – М.: Фонд "Институт экономики города", 2008 г.

с их реализацией.

Таким образом, позиционирование в нашем случае подразумевает под собой не столько неких отличительных черт данного города от других городов для внешних аудиторий (напр., инвесторов), сколько формирование четких позиций, по которым город будет изменяться, в сознании различных групп населения. Исходя из этого, стратегические программы, по сути, становятся основными тематическими направлениями в реализации информационной политики.

Но это в «идеале». Проблема в том, что далеко не у каждого муниципалитета на сегодняшний день разработана стратегия. Другая проблема – даже при наличии стратегического плана, зачастую он реализуется в весьма незначительном объеме. Не будем вдаваться в причины этих проблем, поскольку вопрос у нас несколько иной – как строить информационную политику в такой ситуации?

Поскольку мы, как раз и столкнулись с подобными обстоятельствами, то в итоге нам пришлось пойти на определенные корректировки. Суть их сводилась к тому, что мы постарались оттолкнуться не от реальных стратегических программ, а от тех проблемных сфер, которые сложились в муниципалитете. С другой стороны, мы опирались на описанную выше миссию. Такой двухсторонний подход позволил нам сформулировать следующие приоритеты в развитии город-

ского округа, которые будут обеспечивать движение к «промышленному городу XXI века, реализующего возможности для комфортной, безопасной жизни горожан и всестороннего развития граждан»:

1. Городское пространство, комфортное для жизни и хозяйственной деятельности
2. Благоприятная социальная среда
3. Конкурентоспособная экономика
4. Эффективное муниципальное управление

Помимо этого, нам было необходимо заложить еще одну позицию (на наш взгляд – ключевую) в содержание информационной политики.



Речь идет о разделении ответственности между органами местного самоуправления и населением за процессы, происходящие в жизни городского округа. Ни одна местная власть не может эффективно выполнять свои обязанности, если она не пользуется поддержкой населения. Речь идет не столько о вотуме доверия, сколько о том, чтобы жители города сами проявляют активность в решении тех или иных проблем, возникающих в жизни их территории.

Это предполагает не только формирование определенного образа жизни и ценностей, являющихся его основой, но

и определенную ориентированность информационной политики в сторону:

Создания и поддержания эффективных партнерств между администрацией и представителями контактных групп округа;

Привлечения граждан к активному участию в обсуждении и реализации программ развития округа;

Создания механизмов постоянного учета потребностей различных групп населения.

Опираясь на все эти соображения, в Концепцию мы внесли следующие формулировки:

«Для достижения намеченной цели на основе оценки социально-экономической ситуации в городе с учетом полномочий органов местного самоуправления и финансовых возможностей городского бюджета, в качестве стратегических приоритетов комплексного (устойчивого и стабильного) социально-экономического развития города выступают:

## **1. Городское пространство, комфортное для жизни и хозяйственной деятельности**

Формирование в рамках обновленной пространственной структуры города условий, обеспечивающих удовлетворение потребностей его жителей в комфорте и безопасности жизнедеятельности на уровне стандартов города XXI века.

Городская инфраструктура выступает основой функцио-

нирования любого города, важнейшим элементом его пространства, отвечающим за создание комфортных условий жизни горожан. В условиях исчерпания ресурсов городской инфраструктуры приоритетной задачей при формировании инфраструктурного каркаса становится реализация инновационных решений, обеспечивающих, с одной стороны, рост качества и обеспеченности услугами этих систем, повышение надежности их функционирования, а, с другой стороны – переход к безальтернативной политике ресурсосбережения.

## **2. Благоприятная социальная среда**

Формирование условий для развития социально-демографического, образовательного и культурного потенциала жителей города.

Благоприятные условия для жизни населения – возможность полноценной занятости, получение высоких и стабильных доходов, доступность широкого спектра социальных услуг, безопасность жизни обеспечат необходимую социальную устойчивость городского общества, будут способствовать развитию человеческого потенциала.

## **3. Конкурентоспособная экономика**

Формирование конкурентоспособной экономики за счет активизации и эффективного использования инновационного, научно-производственного и инвестиционного потенци-

ала города.

Ключевое значение в обеспечении высокого уровня и качества жизни населения города принадлежит экономической сфере, поскольку ее эффективное функционирование и развитие способствуют привлечению инвестиций, росту объемов производства, созданию новых рабочих мест, расширению рынков сбыта, повышению покупательной способности населения. Именно поэтому, органам местного самоуправления ГО Верхняя Пышма необходимо создавать благоприятные условия для эффективного функционирования и развития хозяйствующих субъектов.

Развитие экономики должно базироваться на принципах инновационного развития, государственно-частного партнерства, энергоэффективности и энергосбережения, поддержки малых и средних форм предпринимательства.

#### **4. Эффективное муниципальное управление**

Повышение эффективности муниципального управления на основе оптимизации бюджетных процессов, активизации кадрового потенциала местных органов власти и создания условий для участия населения в осуществлении местного самоуправления.

Успешная реализация программных мероприятий невозможна без эффективного муниципального менеджмента, обеспечивающего самодостаточность местного бюджета, результативность бюджетных расходов, повышение образова-



тельного уровня и профессиональной компетенции муниципальных работников, открытость органов местного самоуправления для населения и бизнеса, развитие межмуниципального сотрудничества, активного использования новых информационных технологий в муниципальном управлении.

Реализация этих задач невозможна без разделения ответственности за процессы, происходящие в жизни городского округа между органами местного самоуправления и всеми слоями населения. Это предполагает

Создание и поддержание эффективных партнерств между администрацией и представителями контактных групп округа;

Привлечение граждан к активному участию в обсуждении и реализации программ развития округа;

Создания механизмов постоянного учета потребностей различных групп населения.»

Основные направления позиционирования городского округа и органов местного самоуправления для контактных групп.

Опираясь на описанные выше подходы, мы подошли к разработке содержательных характеристик, которыми должны обладать в сознании целевых групп городской округ и органы местного самоуправления. На наш взгляд, наиболее

адекватной формой для формулировок здесь будут являться тезисы.



В ходе обсуждения, мы вышли на следующие тезисы:

«Позиционирование городского округа «Н-ск»

«Н-ск» – город постоянного развития. Обладая богатой историей и традициями, это город, который помогает и жи-

телям, и гостям быть свободными, дает свободу самовыражения, обеспечивает комфорт для жизни.

«Н-ск» – это город, где для молодежи существуют перспективы своей реализации, а пожилые люди чувствуют заботу и уважение.

«Н-ск» – это комфортное место для создания крепкой семьи.

«Н-ск» – город, принадлежностью к которому можно гордиться.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.