

ОСВЕЩЕНИЕ ПРОГРАММ ФОРМИРОВАНИЯ КОМФОРТНОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ В РЕГИОНАЛЬНЫХ И МЕСТНЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Материал подготовлен в рамках проекта «Поддержка институтов гражданского общества в вовлечении населения в благоустройство дворовых территорий и развитие комфортной городской среды», реализуемого с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов

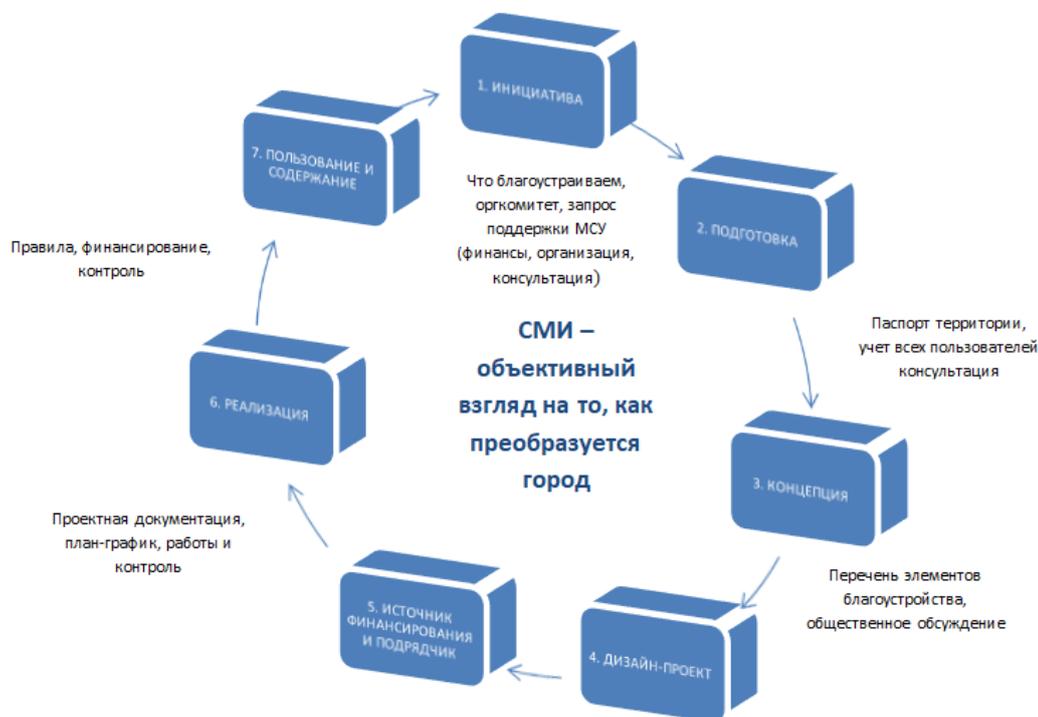
Почему тема благоустройства дворовых территорий и локальных общественных пространств и комфортной городской среды актуальна и интересна

Эта тема о том, что общественные пространства в городе должны быть удобными для жизни – это визуальная привлекательность, доступность общественных пространств, безбарьерная среда для инвалидов и многое другое, перечень элементов благоустройства включает около 100 позиций. На реализацию проектов благоустройства выделяются серьезные средства федерального бюджета в рамках приоритетного проекта «Формирование комфортной городской среды» (2017-2020 гг.).

Для чего это нужно государству? – Для экономического роста в масштабе всей страны. Благоустройство и комфортная городская среда – это условия для повышения качества жизни в городе, повышения привлекательности города для местных жителей, потенциальных мигрантов и туристов и, как следствие – улучшение экономической ситуации в городе, повышение его конкурентоспособности.

То есть тема благоустройства и комфортной городской среды – это про уровень жизни, образование, трудоустройство, уровень рождаемости, туризм, про то, как тратятся деньги налогоплательщиков, выделяемых государством на приоритетный проект, а главное – о преобразовании города руками самих жителей, о самоорганизации и развитии гражданского общества в процессе реализации проекта.

Схематично последовательность действий по реализации проекта благоустройства дворовой территории или локального общественного пространства выглядит следующим образом:



Общественное участие – важнейший элемент приоритетного проекта, зафиксированный в официальных документах. Именно жители должны определять приоритеты благоустройства, участвовать в софинансировании. Во-первых, жители лучше знают, как и что они хотели бы благоустроить, во-вторых, по завершении проекта это будет восприниматься как собственный результат. Но оказалось, что это не простая задача.

Городским сообществам необходимо использовать концептуально новые подходы и технологии консолидации интересов, усилий и финансовых ресурсов всех заинтересованных участников. Именно местные институты гражданского общества, такие как СО НКО, ТОСы, ТСЖ, советы многоквартирных домов призваны стать инициаторами общественных инициатив, организаторами выработки консолидированных решений с учетом потребностей всех заинтересованных участников городского сообщества и осуществления совместных действий.

Таким образом, разворачивающийся на наших глазах проект формирования комфортной городской среды:

- проект «новый», поскольку никогда ранее этим вопросам не уделялось такого внимания на самом высоком уровне и никогда муниципальные образования не получали бюджетную поддержку на решение вопросов благоустройства в таких объемах; знания об основах деятельности по благоустройству территории ранее не имели столь реальной практической значимости для жителей города – для участия в проекте необходимы базовые знания в сферах права, технологий, финансов и других.
- проект «сложный», поскольку предполагает взаимодействие различных заинтересованных лиц-участников проекта – органов местного самоуправления,

управляющих компаний и других муниципальных организаций, некоммерческих и общественных организаций, бизнеса, всех неравнодушных жителей города, кроме того, формирование консолидированного мнения по поводу приоритетов благоустройства как на уровне двора, так и города в целом является сложной задачей;

- проект «с высокими рисками», поскольку неэффективное, не учитывающее мнения населения, благоустройство видно «сразу и всем», и это репутационные риски для власти, риски снижения уровня доверия в местном сообществе.

Какие глобальные проблемы выявлены за время реализации программы с 2017 года

Уже первый год реализации приоритетного проекта выявил ряд проблем. Президент Российской Федерации В.В. Путин на заседании Совета по развитию местного самоуправления в г. Кирове подчеркнул, что принцип общественного участия не везде соблюдается, «кое-кто отделяется имитацией учёта мнения жителей, и при таком бюрократическом отношении не будет толку ни с благоустройством, ни с доверием со стороны граждан». По опросу Счетной палаты РФ, 72,7% респондентов не удовлетворены обратной связью с населением в рамках благоустройства территорий, 49,2% не знакомы с самими правилами благоустройства.

Отсутствие инициативы «снизу» не дает нужного эффекта. Проблемы общественных пространств решаются точечно. Всем известно, что аналогичный подход к точечной застройке российских городов в последние 10 лет привел к хаотичному строительству, которое нарушило транспортную доступность, снизило обеспеченность социальными объектами – школами, детсадами, медицинскими учреждениями и т.д. Так и для комфортной городской среды – нет единого комфортного связного пространства, который бы увязал воедино все блага города для жителей разных возрастов и интересов.

Почему в реализации проектов благоустройства критически важна роль средств массовой информации

Разработка и реализация проектов по благоустройству определяет уникальные возможности и вызовы для местных средств массовой информации, которые могут внести важный вклад в общее дело, выполняя следующие функции:

- просветительская функция – предоставление участникам местного сообщества в доступной форме базовой информации о деятельности по благоустройству, о механизмах и сроках реализации приоритетного проекта;
- координирующая функция – своевременное информирование членов городского сообщества об инициативах и деятельности других заинтересованных лиц;

представление этих заинтересованных лиц: активных НКО, социально-ответственного бизнеса, инициативных граждан;

- мобилизирующая функция – анализ лучших практик благоустройства, а также причин, по которым те или иные инициативы не были реализованы, или были реализованы не так, как задумывалось;
- организационная функция – при определенных условиях местные СМИ могут выступить в роли площадки, вокруг которой произойдет формирование инициативной группы;
- контрольная функция – от стадии идеи до окончания реализации проекта может пройти немалый срок; не дать забыть о хорошей идее, периодически привлекать внимание к ходу реализации интересного проекта, содействовать решению возникающих проблем – во всем этом роль местных СМИ может быть исключительно велика.



Для грамотного освещения темы важно, чтобы журналист:

- хорошо знал город,
- ориентировался в законодательстве о местном самоуправлении, градостроительной деятельности, земельном законодательстве, законодательстве о некоммерческих и общественных организациях,
- имел контакты с местными властями, с архитекторами, проектировщиками, малым бизнесом – поставщиками и производителями,
- имел информацию о ключевых мероприятиях и возможность их посещать.

К кому обращаться, чтобы получить актуальную информацию:

Конечно, идеальным было бы создание единого центра, в котором аккумулировалась вся информация, а пока эта тема только получает развитие, таким «координационным» центром могут стать СМИ города. Информацию о ситуации по городским проектам могут предоставить:

- Общественные объединения, социально-ориентированные некоммерческие организации и иные некоммерческие организации, в том числе осуществляющие деятельность в жилищной сфере
- Органы территориального общественного самоуправления, ТСЖ
- Городской актив в сфере ЖКХ и благоустройства (общественные советы при администрациях городов, советы многоквартирных домов, инициативные группы собственников жилья)
- Органы общественного контроля в сфере ЖКХ и благоустройства
- Профессиональные объединения, в том числе молодежные, объединяющие организации и специалистов по вопросам градостроительства и городского развития, создания «умных» городов
- Органы местного самоуправления, ответственные за реализацию приоритетного проекта «Формирование комфортной городской среды»

Для чего это нужно вашему СМИ?

Во-первых, это регулярный новостной поток для новой рубрики или приложения.

Во-вторых, это возможность профессионального освещения на местном материале одного из ключевых направлений государственной политики.

Во-третьих, это содержательно – истории, интересные многим, и зрелищно – оригинальный визуальный ряд; все это может увеличить аудиторию и приток рекламодателей.

В-четвертых, это возможность быстрого профессионального роста сотрудников СМИ.

В-пятых, это реальная возможность содействовать развитию гражданского общества в вашем муниципальном образовании.