



Мастер-презентация

МОДУЛЬ 11. ПРАКТИКИ РАБОТЫ С ГОРОЖАНАМИ

Образовательные партнеры



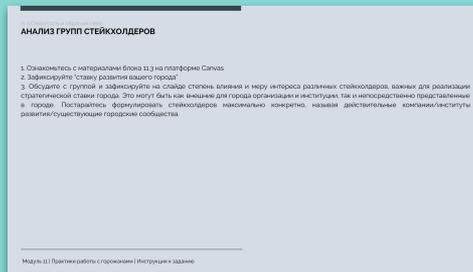
ИНСТРУКЦИЯ ПО РАБОТЕ С МАСТЕР-ПРЕЗЕНТАЦИЕЙ (1)

Мастер презентация служит структурой для систематизации процесса и результатов вашей групповой работы и поможет вам подготовить материалы к защите модуля.

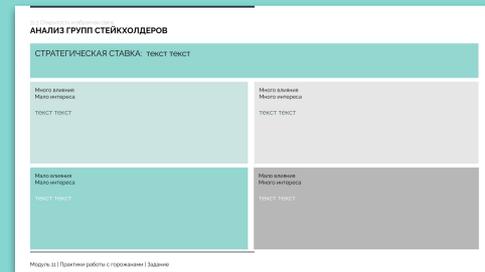
В СТРУКТУРЕ МАСТЕР - ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРЕДУСМОТРЕНО 3 ТИПА СЛАЙДОВ:



1. Общая информация про раздел - короткий вводный текст по теме раздела.



2. Инструкция к выполнению задания по разделу - создана для того, чтобы вам легче было связывать мастер-презентацию с материалами модуля и разделами в Canvas SKOLKOVO. Кроме того, в слайдах этого типа зафиксирована задача для обсуждения в процессе групповой работы и определены критерии результата.



3. Задание для выполнения - просим Вас зафиксировать на этом слайде основные выводы проектной работы. Мы постарались продумать структуру слайда, но если в вашем случае необходима другая структура, вы можете вносить изменения в слайдах этого типа.

ИНСТРУКЦИЯ ПО РАБОТЕ С МАСТЕР-ПРЕЗЕНТАЦИЕЙ (2)

Заголовки слайдов имеют сквозную нумерацию с активными страницами в Системе управления образованием СКОЛКОВО Canvas <https://canvas.skolkovo.ru/>, все тематические материалы, с которыми необходимо ознакомиться для качественного выполнения задания находятся в системе.

Раздел в Системе управления образованием Canvas СКОЛКОВО (двойная нумерация)

11.4. Организации поддержки

Страница в Системе управления образованием Canvas СКОЛКОВО (тройная нумерация)

11.4.3. Центры компетенций по вопросам городской среды

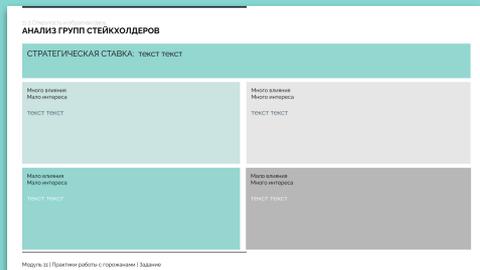
Задание в мастер - презентации

АНАЛИЗ ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

КАК РАБОТАТЬ С МАСТЕР-ПРЕЗЕНТАЦИЕЙ? (3)

Финальная презентация по итогам модуля загружается в раздел **11.7.1 Финальная презентация: в систему СКОЛКОВО Canvas 8 июля**

Должна быть собрана исключительно из слайдов типа **“Задание для выполнения”** проработанных вашей группой.



Вы можете отойти от первоначально заложенной структуры мастер презентации в финальном докладе, если считаете, что это более полно отразит экологические приоритеты и проблемы Вашего города, убрав из финального доклада часть слайдов, или, напротив, дополнив его.

11.3.1 ПРИНЦИП ОТКРЫТОГО ДИАЛОГА

Существует сформулированная и четко регламентированная модель взаимодействия городской администрации с населением, бизнесом и другими заинтересованными сторонами. Однако, стоит признать, что она прежде всего направлена на работу с текущими городскими процессами, и в меньшей степени рассчитана на стратегические или проектные форматы, необходимые для городского развития.

В тоже время, необходимость интеграции в городскую повестку проектов комплексного развития, с одной стороны, и трансформация информационно - коммуникационной среды, с другой стороны, требует не только регламентированных административных форматов, но и совершенно новых подходов, значительно увеличивающих требования к компетенциям и возможностям городских управленческих команд.

В развитых странах, на муниципальном уровне, привычным форматом, наряду со стратегиями пространственного развития и отраслевыми городскими стратегиями, становится **“Коммуникационная стратегия города”**. Ее обязательными элементами являются не только технические детали, но также принципы открытой коммуникации, этические нормы и приоритетный тип коммуникации для обеспечения вовлечения различных групп стейкхолдеров и максимальной инклюзивности городских процессов.

АНАЛИЗ ГРУПП СТЕЙКХОЛДЕРОВ

1. Ознакомьтесь с материалами блока 11.3 на платформе Canvas
2. Зафиксируйте “ставку развития вашего города”
3. Обсудите с группой и зафиксируйте на слайде степень влияния и меру интереса различных стейкхолдеров, важных для реализации стратегической ставки города. Это могут быть как внешние для города организации и институции, так и непосредственно представленные в городе. Постарайтесь формулировать стейкхолдеров максимально конкретно, называя действительные компании/институты развития/существующие городские сообщества.

АНАЛИЗ ГРУПП СТЕЙКХОЛДЕРОВ

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ СТАВКА: текст текст

Много влияния
Мало интереса

текст текст

Много влияния
Много интереса

текст текст

Мало влияния
Мало интереса

текст текст

Мало влияния
Много интереса

текст текст

КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ГОРОДА (1)

1. Ознакомьтесь с материалами блока 11.3 на платформе Canvas
2. Выберите ключевых представителей стейкхолдеров, для каждой из представленных групп, проработанных вами на слайде “Анализ групп стейкхолдеров”. (в приоритете выделение по принципу максимально влиятельных/многочисленных/заинтересованных стейкхолдеров)
3. В столбце “Стратегические проекты развития” зафиксируйте ключевые проработанные группой проекты
4. По каждому из проектов, обсудите и оцените важность вовлечения и донесения информации где **0** - необходимо информирование , **1** - необходима консультация , **2** - необходимо вовлечение **3** - необходима коллаборация , **4** - другой вариант (указать)
5. Добавьте текстом стадии на которых необходимо инициировать работу с данным стейкхолдером:
 - а) предпроектная
 - б) стадия проектирования
 - в) стадия реализации
 - г) стадия эксплуатации
6. Пример заполненной ячейки: **“2. Предпроектная”**

КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ (1)

| СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ | СТЕЙКХОЛДЕР "название" | СТЕЙКХОЛДЕР "название" | СТЕЙКХОЛДЕР "название" | СТЕЙКХОЛДЕР "название" |
|------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Важность вовлечения и донесения информации до стейкхолдера , где **0** - информирование , **1** - консультация , **2** - вовлечение **3** - коллаборация , **4** - другой вариант (указать)

КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ГОРОДА (2)

1. Ознакомьтесь с материалами блока **11.3**, и **11.5** на платформе Canvas
2. Определите приоритетный проект или проектное направление, для проработки
3. Обсудите в группе, с **помощью каких инструментов** вы можете взаимодействовать со стейкхолдерами, важными для данного проекта на различных стадиях проекта.
* Это могут быть посты в социальных сетях (определите в каких), общественные обсуждения, сессии партиципаторного проектирования, размещение информации о проекте на официальных порталах, а также прочие освещенные в лекциях практики.
4. Систематизируйте выявленные инструменты на офлайн и онлайн форматы.

КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ГОРОДА (2)

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПРОЕКТ (НАПРАВЛЕНИЕ): текст текст

| | Предпроектная стадия | Стадия разработки проекта | Стадия реализации проекта | Стадия эксплуатации проекта |
|---------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Онлайн | 1) текст текст текст 2) 3) |
| оффлайн | 1) текст текст текст 2) 3) |

11.3.2 -11.3.3 ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Публичные страницы в социальных сетях – один из эффективных инструментов выстраивания диалога между властью и горожанами. Особенно актуальным этот канал связи становится в пандемию. Подробно о том, зачем городским администрациям вести социальные сети вы можете узнать из наших лекций на платформе CANVAS.

Однако недостаточно просто завести публичные страницы в социальных сетях, для достижения желаемых результатов настройки взаимодействия с горожанами необходимо и правильно их вести.

В рамках модуля был разработан индекс представленности в Социальных сетях. Мы провели анализ публичных страниц городских администраций в 6 наиболее популярных социальных сетях: Instagram, Facebook, Vkontakte, Одноклассники, Telegram, Youtube. Анализ представляет собой качественное исследование, в котором мы опирались на собственный пользовательский опыт и постарались оценить его с помощью понятных критериев.

По итогам анализа был рассчитан совокупный индекс и составлен рейтинг городов. **Этот рейтинг не претендует на безусловность и исключительность. Скорее, это предложение к обсуждению и выявлению возможностей для развития вашей работы с точки зрения коммуникационной открытости и представленности актуальной городской информации для различных социальных групп.**

Для трех социальных сетей – Instagram, Facebook и Одноклассники – мы также провели анализ официальных страниц первого лица города: мэра или главы администрации. Это связано с тем, что эти каналы коммуникации дополняют друг друга формальным и неформальным подходом к работе с жителями и заинтересованными городскими стейкхолдерами.

АНАЛИЗ ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

1. Ознакомьтесь с материалами блока **11.3.2** и **11.3.3** на платформе Canvas
2. Скачайте Индекс **“Анализ представленности в социальных сетях”** в блоке 11.3.3
3. Прочитайте методику составления индекса
4. Обсудите в группе позицию вашего города в суммарном индексе и по отдельным социальным сетям.
5. Заполните столбцы: Индекс SMM из аналитических материалов (из скачанных ранее материалов) и Релевантность индекса от команды (можете провести аналогичный процесс пользовательского опыта и сравнить свои социальные сети с лидерами и аутсайдерами рейтинга).
6. Напишите комментарий команды по возможности развития и усиления позиций вашей коммуникационной стратегии в данной социальной сети.
7. У города вполне может быть стратегия концентрации на одной социальной сети, это влияет на место в рейтинге, поскольку потенциальный охват сужается, но вы можете прописать тезисы в пользу именно такой позиции)

АНАЛИЗ ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

| | Индекс SMM//из аналитических материалов | Релевантность индекса//от команды | Стратегия работы с данной социальной сетью//комментарий команды |
|------|---|---|---|
| INST | | | тексттексттекст |
| FB | | | тексттексттекст |
| VK | | | тексттексттекст |
| OK | | | тексттексттекст |
| TG | | | тексттексттекст |
| YT | | | тексттексттекст |
| | | | тексттексттекст |

Релевантность индекса от команды, где **0** - не согласны, **1** - частично согласны, **2** - полностью согласны

ПАРТНЕРСТВО С СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ

Работа с инфлюенсерами в социальных сетях – один из ключей к устойчивому развитию публичного и социального образа.

1. Посмотрите лекцию Ленера Файзутдинова про мультиплатформенность на странице 11.3.3, обратите внимание на типологию инфлюенсеров
2. Выберите наиболее актуальную для анализа социальную сеть для вашего города. Это должна быть наиболее популярная и используемая социальная сеть
3. По выбранной социальной сети проанализируйте инфлюенсеров разного уровня: мега, макро, микро и нано.
4. Обсудите, с какими публичными страницами вы сотрудничаете, а с какими вы могли бы работать.
4. Выпишите три публичные страницы, с которыми вы сотрудничаете, по каждому уровню инфлюенсеров
5. Выпишите три публичные страницы, с которыми вы могли бы сотрудничать, по каждому уровню инфлюенсеров.
6. Выберите публичную страницу второго типа и подумайте на какую тему вы могли бы посотрудничать с ней

Дополнительное задание:

7. Спишитесь с выбранной публичной страницей
8. Продумайте пост с этой публичной страницей и запустите его
9. Сделайте скрин полученного поста

ПАРТНЕРСТВО С СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ

Мегаинфлюенсеры

Макроинфлюенсеры

Микроинфлюенсеры

Наноинфлюенсеры

Публичные страницы, с которыми вы сотрудничаете

- 1.
- 2.
- 3.

- 1.
- 2.
- 3.

- 1.
- 2.
- 3.

- 1.
- 2.
- 3.

Публичные страницы, с которыми вы можете сотрудничать

- 1.
- 2.
- 3.

- 1.
- 2.
- 3.

- 1.
- 2.
- 3.

- 1.
- 2.
- 3.

11.3 Открытость и обратная связь

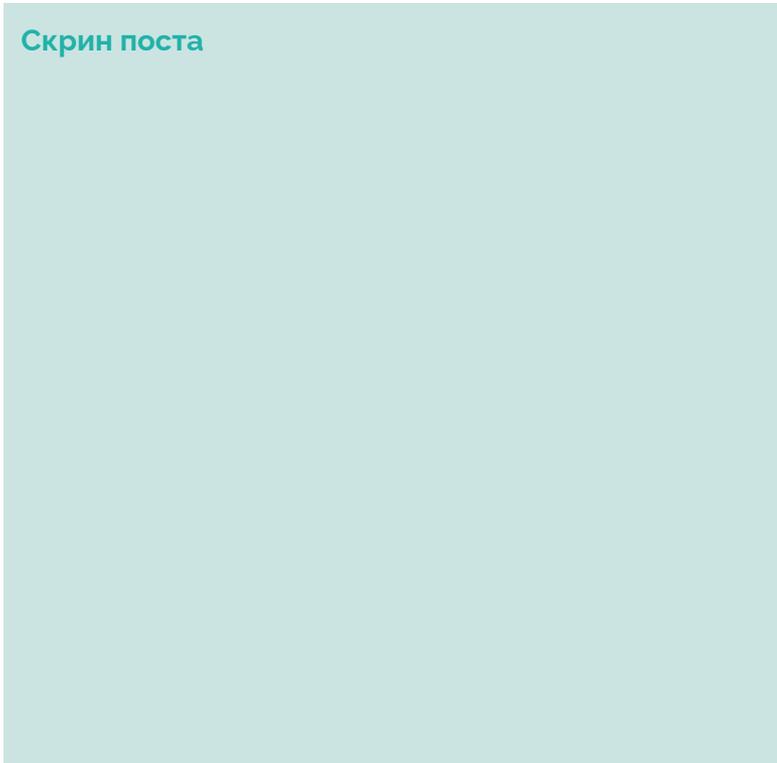
11.3.3 Создание публичного образа городского управленца

ПАРТНЕРСТВО С СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ (дополнительное задание)

Скрин поста



Скрин поста



КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ГОРОДА: СММ

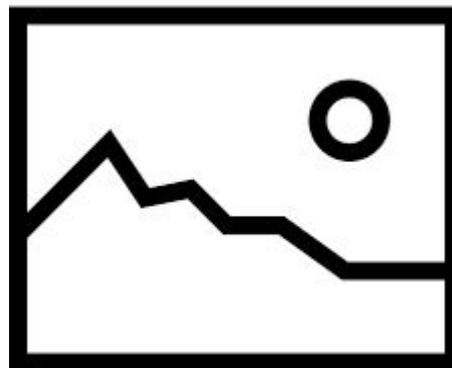
1. Ознакомьтесь с материалами блока 11.3, на платформе Canvas
2. Обсудите в группе стратегию публичной коммуникации по ключевым результатам программы на данном этапе, в официальном аккаунте мэра или администрации.
3. Постарайтесь учесть советы из блоков 11.3.2 и 11.3.3 для разного типа аккаунтов, а также все возможные критические комментарии горожан. Старайтесь формулировать пост исходя из прозрачной информации и уже реализующихся проектах, а также возможностей и ограничений значимых для муниципального уровня.
4. Сформулируйте пост и выберите изображение для публикации в социальных сетях
5. Разместите пост
6. Сделайте скрин поста и вставьте в слайд

КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ: СММ

Социальная сеть: тексттекст

Аккаунт: тексттекст

тексттексттекст



11.4.1 Роль и функции организаций поддержки

Ответственность за то, как выглядит и работает город, лежит не только на работниках городских администраций, но и зависит от активности горожан, бизнеса и других стейкхолдеров.

При реализации проектов любого масштаба – от благоустройства двора до разработки мастер-плана – важно помнить, что не все горожане являются профессионалами в вопросах городского планирования. Нехватка у граждан знаний в области градостроительства приводит к неумению артикулировать свои интересы, и как следствие – ведет к девальвации участия и снижению качества проектов.

Для того, чтобы интеграция различных сторон в процессе проекта была успешной, в мировой практике существуют различные организации, оказывающие информационную и экспертную поддержку в вопросах участия общественности в городских проектах. Их отличительная особенность в том, что они:

1. не входят в систему органов местного самоуправления (ОМС);
2. участвуют/содействуют в достижении целей и задач ОМС;
3. оказывают методическую, ресурсную, организационную поддержку в определенной сфере;
4. служат связующим звеном между ОМС, бизнесом, горожанами и другими заинтересованными сторонами.

Со стороны общества кредит доверия к таким организациям выше, ведь они независимы и не преследуют своих интересов в реализации градостроительных проектов. Их задача – в равной степени учитывать все интересы и способствовать принятию взвешенных решений.

Организациями поддержки могут быть как профильные институты, которые целенаправленно занимаются вопросами городского планирования (например, Planning Aid в Великобритании или Региональные центры компетенций по вопросам городской среды в России), так и различные НКО, фонды, общественные и добровольческие объединения, чья деятельность направлена на оказание поддержки отдельным социальным группам или городскому сообществу в целом.

ОПТИМАЛЬНАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИЙ ПОДДЕРЖКИ ДЛЯ РЕШЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЗАДАЧ ГОРОДСКОГО РАЗВИТИЯ

1. Ознакомьтесь с блоком 11.4.1, 1.4.2, 1.4.3, 11.5 на платформе Canvas
2. Обсудите с группой существующие в городе задачи по выстраиванию практик и инструментов работы с горожанами (блок 11.5) для комплексных задач городского развития , которые затруднительно полноценно решить в рамках полномочий и компетенций ОМСУ
3. Ознакомьтесь с примерами Организаций поддержки
4. Предположите возможную форму организации поддержки оптимальную для вашего города, или форму партнерских отношений с региональным центром компетенций вашего региона.

ОПТИМАЛЬНАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИЙ ПОДДЕРЖКИ ДЛЯ РЕШЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЗАДАЧ ГОРОДСКОГО РАЗВИТИЯ

Задачи по выстраиванию практик и инструментов работы с горожанами

1. тексттекст

2. тексттекст

3. тексттекст

4. тексттекст

5. тексттекст

Описание оптимального формата центра компетенций:

тексттекст

ПАРТНЕРСКИЕ НКО ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЗНАЧИМЫХ ГОРОДСКИХ ПРОБЛЕМ

1. Ознакомьтесь с блоком 11.4.4, 11.4.5 на платформе Canvas
2. Обсудите, какие актуальные городские проблемы решаются с помощью партнерских проектов с существующими в городе НКО
3. Заполните таблицу с примером актуальной модели кооперации
4. Проанализируйте значимые городские проблемы и сильные НКО вашего города, с которыми вы не сотрудничаете в данный момент. Для этого вам может помочь простейший поиск по ключевым словам.
5. Продумайте партнерские проекты для кооперации с сильными НКО.

ПАРТНЕРСКИЕ НКО ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЗНАЧИМЫХ ГОРОДСКИХ ПРОБЛЕМ

| Городская проблема | Городская НКО | Пример кооперации для совместного решения |
|--------------------|--------------------------------|--|
| | | |
| | | |
| | | |
| Городская проблема | городская НКО (не партнерская) | Возможная кооперация для совместного решения |
| | | |
| | | |
| | | |

ЭЛЕМЕНТЫ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ НКО

Выстраивание системы поддержки НКО позволяет вывести это направление муниципальной деятельности в профессиональное публичное поле и уменьшить ошибки при формировании мер поддержки гражданской активности.

1. Посмотрите на странице 11.4.4 лекции Светланы Маковецкой на платформе Canvas
2. Обсудите с группой какие меры поддержки НКО сейчас существуют в городе
3. Отметьте в таблице наличие тех или иных мер поддержки
4. Проанализируйте полноту системы поддержки НКО
5. Подумайте и выпишите какие дополнительные элементы системы поддержки НКО вы можете развивать в дальнейшем

ЭЛЕМЕНТЫ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ НКО

| Элементы системы поддержки | Наличие |
|--|---------|
| общественные и консультационные советы с участием НКО на муниципальном уровне | |
| программы поддержки НКО | |
| электронные краудсорсинговые платформы для взаимодействия с НКО и активистами | |
| включение активистов НКО в кадровые резервы | |
| среда обмена доказательными, успешными НКО-практиками | |
| ресурсные центры и другая инфраструктура поддержки | |
| муниципальные стимулы для благотворительных программ социально ответственного бизнеса по поддержке местных НКО | |
| прямые субсидии отдельным НКО (инвалидные, ТОС и т.д.) | |
| конкурсное финансирование проектов НКО | |
| социальная реклама сервисов НКО | |

Выпишите, какие **дополнительные** меры поддержки, вы можете развивать

11.6. Городская конфликтология

Городской конфликт — это столкновение интересов стейкхолдеров по поводу городского пространства, которое выражено в публичном поле. В этом определении есть три элемента: (1) стейкхолдеры и их интересы, (2) городское пространство, вызвавшее конфликт интересов, и (3) формат конфликта, вышедшего в публичное поле.

Городские конфликты неизбежны. Тематика конфликтов очень разнообразна, при этом исход конфликта может во много зависеть от его типа.

На странице 11,5,1 на платформе Canvas Андрей Семенов рассказывает про основные характеристики и "типичные" траектории градостроительных конфликтов в России. Посмотрите эту лекцию, она поможет вам выполнить задание.

Схематично конфликт можно изобразить следующим образом: субъект, объект, процесс.

Субъект конфликта – это ответ на вопрос: кто противоборствующие стороны.

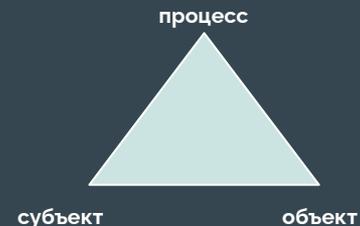
Это могут быть физические и юридические лица, органы власти, бизнес-структуры, этносы и пр. Конфликт – это всегда минимум две стороны, но в реальности участников может быть намного больше.

Объект конфликта – это ответ на вопрос за что борются стороны конфликта, в чем заключается проблема. Объектом конфликта может выступать городское пространство, ресурсы, власть, информация и пр.

Процесс – это ответ на вопрос о том, как развивается конфликт во времени, какие у него стадии и какова динамика.

Можно выделить несколько устоявшихся стадий конфликта:

- 1) возникновение – когда начались целенаправленные деятельности сторон, в чем это выразилось
- 2) развитие – как разворачивались действия сторон против друг друга, хронология
- 3) разрешение – что было сделано для того, чтобы разрешить конфликт



РЕФЛЕКСИЯ И ПРОРАБОТКА ГОРОДСКОГО КОНФЛИКТА

Каждый конфликт – это очень индивидуальная ситуация, не существует универсального ответа на вопрос: как разрешить конфликт;. Поэтому любым конфликтов можно воспользоваться как уроком для предотвращения будущих конфликтов. В случае с городскими конфликтами необходимо перманентно проделывать работу над ошибками, поэтому мы вам предлагаем задание для развития практики рефлексии конфликтов.

1. Ознакомьтесь с материалами блока 11.6 Городские конфликты на платформе Canvas
2. Подумайте, какие конфликты происходили в вашем городе за последние три года, где администрация выступала действующей стороной
3. Выберете один наиболее запоминающийся конфликт, который вы будете описывать в задании
4. Подумайте как вы можете его классифицировать: это NIMBY-конфликт, экологический, общегородской и пр.?
6. Обсудить внутри группы субъекты, объект и процесс конфликта
7. Заполните схему на слайде НАПИСАТЬ НОМЕР.
8. Проанализируйте принятые меры по каждой стадии конфликта, впишите в таблицу на слайде НАПИСАТЬ НОМЕР
9. Подумайте, какие слабые стороны в процессе разрешения конфликта вы можете выделить, как вы бы оценили свои действия и что вам кажется вы сделали не до конца правильно
10. Предложите возможные альтернативные решения, которые вы бы применили сейчас для решения выбранного конфликта, с учетом полученных на курсе знаний и рефлексии собственного опыта

ТРЕУГОЛЬНИК КОНФЛИКТА

ВОЗНИКНОВЕНИЕ

ЭСКАЛАЦИЯ

РАЗРЕШЕНИЕ

Субъект 1: Городская администрация

Субъект 2:

Дополнительные стороны конфликта:

Описание объекта

РОЛЬ АДМИНИСТРАЦИИ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ РАЗВИТИЯ КОНФЛИКТА

| | Принятые меры | Фиксация "слабых" решений | Возможные дополнительные меры |
|---------------|---------------|---------------------------|-------------------------------|
| ВОЗНИКНОВЕНИЕ | | | |
| ЭСКАЛАЦИЯ | | | |
| РАЗРЕШЕНИЕ | | | |

КАК РАБОТАТЬ С МАСТЕР-ПРЕЗЕНТАЦИЕЙ? (4)

Советы **для** **подготовки** **защиты** **результатов** **модуля** **11**

1. Оставьте только слайды с заданиями в заполненной вами мастер- презентации
2. Обсудите с группой как будет выстроен ваш доклад на модуле 12, помня о том, что доклад должен занимать не более 10 минут.
3. Структурируйте вашу презентацию из слайдов с заданиями таким образом, чтобы максимально полно отразить:
 1. Актуальный анализ эффективности работы в социальных сетях
 2. Анализ существующих организаций поддержки и разработка концепции работы с центрами компетенций, НКО и пр.
 3. Концепцию коммуникационной стратегии для эффективного вовлечения различных стейкхолдеров городского развития
 4. Рефлексию роли администрации в городском конфликте