



ПАМЯТКА ПО ИНФОРМАЦИОННОМУ СОПРОВОЖДЕНИЮ

Информационное сопровождение органов местного самоуправления подразумевает под собой использование различных средств коммуникации для передачи общественно важной информации.

КОМУ НУЖНО ДОНОСИТЬ ИНФОРМАЦИЮ О ППМИ?

- жителям муниципального образования;
- представителям бизнеса;
- общественным организациям;
- органам власти различных уровней.

КАКИЕ ЦЕЛИ У ИНФОРМАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ППМИ?

- вовлечь жителей в процессы развития территории путем выдвижения инициативных проектов, денежного и трудового участия и контроля на всех этапах их реализации;
- сформировать новые связи и организовать взаимодействие внутри местных сообществ;
- усилить взаимодействие между властью и обществом;
- сформировать положительный образ власти и доверие жителей к реализации инициативных проектов, предложенных гражданами, действиями органов местного самоуправления.

Эффективность информационного сопровождения напрямую зависит от информационной открытости:

- последовательного и оперативного предоставления информации;
- её полноты и точности, а также актуальности и документального подтверждения;
- беспрепятственного доступа к необходимым данным.

КТО МОЖЕТ ЗАНИМАТЬСЯ ИНФОРМИРОВАНИЕМ ППМИ?

- инициативная группа жителей;
- представители местной администрации;
- депутаты (местного/районного/окружного совета);
- лидеры общественного мнения;
- представители органов территориального общественного самоуправления;
- продвинутые пользователи интернета, школьники и молодежь;
- блогеры, журналисты.

КАКИЕ СРЕДСТВА МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ДЛЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ О ППМИ?

- местные/районные/региональные СМИ (периодические печатные издания, радио-, теле- или видеопрограммы);
- печатные и электронные информационные бюллетени;
- листовки, баннеры и плакаты;
- творческую продукцию (календари, презентации, макеты, наклейки на авто);
- информационные стенды (в администрации, ФАП, ДК, магазинах, на остановках общественного транспорта);
- информационные табло (в общественном транспорте, социальных и образовательных учреждениях);
- официальный сайт администрации;
- госпаблики в соцсетях (Одноклассники, ВКонтакте);
- новостные каналы в мессенджерах;
- рассылку по электронной почте;
- собрания, сходы граждан, подомовой обход и личные беседы;
- мобильные приложения.

Некоторые средств информирования, используемые на этапе отбора инициативного проекта, могут быть указаны в п.6.4 заявки для участия в конкурсе и оцениваются баллами. Чем больше разных средств использовано, тем больше баллов за проект и больше шансов на победу.

КАКУЮ ИНФОРМАЦИЮ О ППМИ ПРЕДСТАВЛЯТЬ?

- возможность решения актуальной проблемы на территории;
- условия выдвижения жителями своей инициативы;
- примеры реализованных проектов (в т.ч. в других муниципалитетах);
- описание поступивших в администрацию инициатив (планируемые работы/товары/услуги и их стоимость, размер финансирования из местного бюджета/от жителей/от ЮЛ и ИП);
- даты проведения опросов/подписных листов/собраний;
- контрольные точки ППМИ:
 - решения граждан по выбору проекта (результаты опросов, подписных листов, итоговый выбор на собрании);
 - внесение инициативного проекта в администрацию;
 - подготовка конкурсной документации;
 - сдача документов на конкурс;
 - поздравление жителей с победой или сообщение о проигрыше;
 - стадии, ход и сроки выполнения работ в проекте;
 - итоги реализации проекта.
- еженедельный счетчик собранных средств;
- информация о выбранном подрядчике;
- привлечение жителей на оказание посильного вклада в реализацию проекта;
- интересные события, связанные с ППМИ на территории (самый большой вклад, проведение субботника и т.п.).

Чтобы процесс информирования был двусторонним необходимо определить ответственных лиц за реализацию ППМИ на территории.

В средствах информационного сопровождения следует указывать контакты ответственных за ППМИ, к кому жители могут обращаться за консультацией по вопросам выдвижения инициатив, условиям участия в программе и текущему этапу.

Помимо традиционных СМИ, важную роль в информационном сопровождении любой деятельности органов местного самоуправления играют социальные сети или социальные медиа.

Используйте ваш госпаблик в Вконтакте или Одноклассниках как основу информационной кампании в Интернете.

КАК СДЕЛАТЬ КОНТЕНТ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ИНТЕРЕСНЫМ?

- пишите легким и простым языком, без канцеляризмов;
- добавляйте в посты фотографии и видео – пост станет заметнее в ленте, а у людей будет визуальный образ того, про что вы пишете;
- короткие посты читают охотнее;
- пост, написанный сплошным текстом, читается плохо. В Вконтакте ставьте пробелы между абзацами, в Одноклассниках есть механизм форматирования (можно делать заголовок/подзаголовок, выделять жирным/курсивом);
- если хотите вовлечь подписчиков в обсуждение – задайте в конце поста вопрос. Не забывайте коммуницировать с подписчиками, отвечать на вопросы и комментарии.