

ИНТЕРВЬЮ С МИНИСТРОМ ВНУТРЕННЕЙ ПОЛИТИКИ И МАС- СОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ О.А. КАЛУГИНЫМ

В рамках экспедиции в Калужскую область сотрудники НУЛ исследований в области бизнес-коммуникаций и студенты ВШЭ взяли интервью у регионального министра внутренней политики и коммуникаций Олега Калугина. В ходе беседы министр рассказал об особенностях взаимодействия с некоммерческими организациями и реализуемых ими проектах в области, затронул тему формирования информационной политики в области и формирования единого регионального бренда.

Ключевые слова:

Калужская область, внутренняя политика, информационная политика, органы исполнительной власти, НКО, третий сектор, региональный бренд, российские регионы.

Орлов Игорь Борисович, заместитель заведующей Научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес коммуникаций НИУ ВШЭ:

На основе материалов встреч, которые проводятся в рамках экспедиций, мы делаем по каждому региону тематический номер журнала. У нас уже вышла номер по Рязани, скоро запустим по Свердловской области. Речь идет об электронном журнале, в котором председателем редакционного совета является А.Н. Шохин, а главным редактором - я. Журнал индексируется в РИНЦ. Как правило, мы готовим тематический сборник два раза в год. Кстати, это наш первый опыт взаимодействия с министерством коммуникаций.

Мы придерживаемся следующего формата: сначала я буду рад услышать про основные направления работы министерства, прежде всего, про выстраивание коммуникации с законодателями, внутри исполнительной власти, с бизнес-ассоциациями, НКО. После Вашего рассказа мы, видимо, перейдем к вопросам, которые нас интересуют и которые будут определяться услышанным. Прежде всего, конечно, нас интересуют НКО.

Калугин Олег Анатольевич, министр внутренней политики и массовых коммуникаций Калужской области:

Министерство внутренней политики и массовых коммуникаций Калужской области - это структура, которая занимается внутренней политикой, что следует из названия, куда также входит и работа с НКО. В министерстве есть отдел по работе с политическими партиями и религиозными конфессиями, национальными общинами. Этот отдел занимается как раз НКО и вообще общественными проектами. Мы с ними не только взаимодействуем в рамках каких-

то мероприятий, но еще помогаем им в грантовой работе. У нас есть даже отдельный сотрудник, который, помимо всего прочего, оказывает помощь НКО в получении президентских грантов.

Орлов И.Б.:

То есть не столько региональных грантов, сколько президентских?

Калугин О.А.:

С каждым годом количество участников увеличивается и денежные суммы, которые поступают на развитие наших НКО, растут. Сейчас наблюдается прогрессивная динамика. Этим занимается управление внутренней политики министерства. В структуре министерства еще есть управление информационной политики. Во многих регионах эти сферы разделены, у нас же они входят в одну структуру, то есть существует синергия внутренней политики и информационной политики.

У министерства есть контракты со всеми основными СМИ, есть подведомственные структуры, например, издательский дом «Калужские губернские ведомости» с недельным тиражом в 100 тыс. экземпляров. Газета - бесплатная и очень интересная, пользуется большим спросом. «Ника» - это известная во всей России телерадиокомпания. Вот наши непосредственные ресурсы, а со всеми другими ресурсами мы взаимодействуем на контрактной основе. Очень важно, когда внутренняя политика выступает совместно с информационной, тогда достигается максимальный эффект. Это касается всех сфер без исключения - от гуманитарных до социальных вопросов, социально-экономического и культурного развития региона, ну и конечно же деятельности НКО.

Руководители НКО в области – одни из главных лидеров общественного мнения. Мы не просто им помогаем, не просто с ними взаимодействуем, но выращиваем из них лидеров общественного мнения, предоставляя те или иные информационные площадки. Недавно прошел первый Гражданский форум Калужской области.

Орлов И.Б.:

Что-то Вы запоздали по сравнению с остальными регионами.

Калугин О.А.:

Нет, дело в том, что у нас было много разных форумов, существует множество других площадок. В регионе активность нашего третьего сектора значительна. По итогам форума я могу сказать, что мы помогли сформироваться достаточно развитому гражданскому обществу, которое тесно взаимодействует с властью, влияет на власть. Мы будем двигаться в этом направлении дальше. Сейчас у нас третий сектор настолько силен, что он необходим и обществу, и власти, и самим организациям.

Орлов И.Б.:

А какие организации этого третьего сектора обладают наибольшим влиянием, и чем определяется влияние? Хождением в кабинет губернатора, собственными СМИ?

Калугин О.А.:

Оценка влияния проста. Она строится на эффективности и оценки обществом, в том числе, через СМИ, через социальные сети, измеряется узнаваемостью лидера общественного мнения из этой организации. В регионе на самом деле очень много эфирного времени, много интернет-выпусков и печатных материалов выходит

как раз по линии третьего сектора. Влиятельность – это, бесспорно, количество и качество взаимодействия с органами власти, причем не только с губернатором, но и с Законодательным собранием. НКО постоянно участвуют в круглых столах, их члены состоят в экспертных советах. Особенно ярко это проявляется в муниципалитетах, так как НКО ближе всего к «земле», поэтому они с ними взаимодействуют постоянно.

Орлов И.Б.:

А в оценке регулирующего воздействия они участвуют?

Калугин О.А.:

Да, участвуют в экспертизе региональных законов. Помимо этого, они являются экспертами множества различных центров, которые аккумулируют эти экспертные мнения.

Орлов И.Б.:

Рвутся ли они во власть? Условно, лидер общественного мнения и какой-нибудь НКО может быть известен не как лидер этой организации, а как председатель Общественной палаты или общественного совета или как депутат.

Калугин О.А.:

Большинство не рвется во власть. Если есть хорошая ниша, то им там комфортно, власть их слушает и слышит. Сейчас многие уже поняли, что депутатство – это обуза, которая требует большого количества времени, больших финансовых средств для того, чтобы поддерживать свой рейтинг в округе. У нас есть хороший институт – это региональная Общественная палата, которая очень активна. Многие выбирают Общественную палату.

Орлов И.Б.:

Это дает выход в СМИ?

Калугин О.А.:

Да дает выход в СМИ и возможность встретиться с любым чиновником, попасть к нему в нужное время и нужный момент, при первом же окне в графике чиновника, и обговорить с ним те проблемы, которые у него есть. У нас чиновники достаточно открыты.

Орлов И.Б.:

Насколько члены третьего сектора представлены в межведомственной комиссии? В качестве кого: членов, экспертов, гостей?

Калугин О.А.:

В качестве членов постоянно. У нас нет ни одной комиссии, где не было бы человека из НКО. Самое интересное в этих комиссиях – это тайная балльная система. Мы не знаем, кто поставил сколько баллов.

Орлов И.Б.:

Возвращаюсь к своему изначальному вопросу: какие все-таки некоммерческие организации сейчас самые влиятельные в регионе? Сколько их примерно хотя бы?

Калугин О.А.:

Их за тысячу.

Орлов И.Б.:

Соответственно, они не могут быть все влиятельные. Есть такой топ-3, топ-5?

Калугин О.А.:

Депутат Заксобрания А.П. Гречанинов является руководителем НПП, есть «Боевое братство», (глава А. Капустин), где сейчас идет смена лидера, потому что лидера я

сейчас взял себе на работу, и он сейчас занимается казаками.

Орлов И.Б.:

А афганцы так и остались?

Калугин О.А.:

У нас сейчас две афганские организации: одна – инвалидов, другая – ветеранов. Они сейчас на слуху, они активны, они постоянно взаимодействуют с властью и получают определенные ресурсы.

Орлов И.Б.:

Мы в разных структурах, от министерства экономического развития до РСПП, слышим одну ключевую фразу – «ручное управление». Меня всегда это смущает, потому что когда мы работали в Свердловской области, там говорили про системные проблемы, механизмы решения, а про ручное управление не говорили, потому что система уже отлажена. Здесь же про ручное управление говорят на всех уровнях.

Калугин О.А.:

Мое видение понятия «ручное управление» несколько отличаются от публицистических штампов, с которыми мы привыкли сталкиваться в СМИ, на круглых столах и т.д. Если речь идет о системе, которая обеспечивает процесс, то здесь ручное управление совершенно нестати, система должна работать при любом раскладе. Для меня на определенном этапе был очень важен вопрос: может ли эта система, министерство внутренней политики и массовых коммуникаций долгое время существовать без меня? Сейчас я могу точно сказать, что система может нормально работать и при моем отсутствии, например, когда я в отпуске или в командировке. У меня есть прекрасные за-

местители, которые со всем справляются. Это показатель.

Орлов И.Б.:

То есть в обычном режиме, не при форс-мажоре?

Калугин О.А.:

Если мы переходим от чиновничьей структуры или обычной организационной деятельности в плоскость проектного менеджмента (а мы вынуждены будем переходить в эту плоскость), то проектный менеджмент – это всегда ручное управление, это креатив, это временные творческие коллективы. Здесь очень важно, чтобы было взаимопонимание в команде – для быстрого обеспечения конвергенции всех течений, чтобы достичь единого целевого результата. Ручное управление для меня – это не ругательство, все зависит от плоскости, которую мы рассматриваем.

Фёдорова Ирина Михайловна, заместитель министра - начальник управления внутренней политики:

Гражданский форум, прошедший 26 сентября, – это тоже проект, который мы делали вместе с нашими НКО. В рамках его подготовки мы тесно взаимодействовали и корректировали планы.

Калугин О.А.:

Вот Вы сказали, что немножко мы опоздали, но мы не опоздали, у нас совершенно другая методология, другие цели.

Орлов И.Б.:

Даже при создании проектов «снизу»?

Калугин О.А.:

Да. Наш Патриотический форум, который начался в 2015 году, созрел «снизу».

Мы, конечно, агрегировали все эти движения, но инициатива шла «снизу».

Орлов И.Б.:

Но эта деятельность все равно как-то должна вписываться в «12 с половиной национальных проектов», как их называют?

Калугин О.А.:

У нас своего нацпроекта нет, но у нас есть все нацпроекты, потому что мы освещаем все.

Федорова И.М.:

Поддержка инициатив, связанных с общественным контролем, – тоже функции министерства. Мы следим, чтобы перед общественным контролем не закрывали двери, когда надо – вмешиваемся.

Орлов И.Б.:

Могут возникать такие дыры в законодательстве, которые не позволяют общественности в какие-то процессы вмешиваться. Есть ли, на Ваш взгляд, какие-то каналы и механизмы, которые бы позволили влиять на производителя товаров / услуг с точки зрения допуска, прозрачности.

Калугин О.А.:

Здесь, конечно, пробелов законодательных очень много. Вообще именно общественный статус того или иного контроля, помогает, так скажем, избежать проблем, связанных с этими нормативными пробелами.

Орлов И.Б.:

По крайней мере, никто не запрещает, как я понимаю, общественникам сфотографировать и выложить фото в «Интернет» на форумах.

Калугин О.А.:

Наш губернатор четко соблюдают одно правило, всегда соблюдает. Вот проходит заседание правительства каждый понедельник, по итогам которого происходит мониторинг СМИ. Большую часть критических материалов в СМИ мы выносим на обзор в правительство, чтобы понять, что критикуют и почему. После губернатором даются поручения, чтобы исправить ситуацию, причем поручения носят протокольный характер.

Орлов И.Б.:

С контрольными датами и контрольными исполнителями?

Калугин О.А.:

Конечно. И у СМИ есть прямой источник влияния на власть. Я не знаю ни одной федеральной структуры, которая бы не имела свою службу мониторинга.

Орлов И.Б.:

Крупные корпорации тоже начали этим заниматься.

Калугин О.А.:

Кстати, перечисляя влиятельные НКО, я еще некоторые организации не назвал: Российский союз промышленников и предпринимателей, Торгово-промышленная палата. Виолетта Комиссарова, которая возглавляет ТПП, – это очень сильный руководитель.

Орлов И.Б.:

Она завтраки организывает с губернатором.

Калугин О.А.:

Да, прямой доступ через общественную организацию к первому лицу области.

Можно обращаться с общими проблемами, можно вынести свои собственные.

Орлов И.Б.:

Мне в «Опоре России» сказали, что их тоже иногда приглашают.

Калугин О.А.:

Невозможно пригласить на завтрак всех. У этой модели есть особенность: каждый раз с докладом или презентацией выступают разные люди.

Орлов И.Б.:

Когда перед поездкой мы проводили мониторинг СМИ и сайтов, то обратили внимание на любопытный факт: Калужская область – это первый регион, где мы столкнулись с тем, что Торгово-промышленная палата занимается «не своим делом». В других регионах она, в основном, курирует выставки и экспортную деятельность, иногда организует социальные программы, как это делается в Рязани, где они совместно с предпринимателями сделали специальную программу лояльности для жителей. Здесь же мы увидели, что даже малое и среднее предпринимательство находится в сфере ТПП, что является эксклюзивным случаем.

Калугин О.А.:

Как раз те палаты, которые занимаются только выставками, функционально не добивают. Бизнес-ассоциации – это группы интересов, которые имеют свои цели, которые они достигают с помощью различных форматных мероприятий. ТПП же продвигает эти интересы, также зарабатывает деньги, она консультирует, занимается выставками. Бизнес-ассоциации должны ставить проблемы взаимодействия с властью.

Орлов И.Б.:

Здесь и личностный фактор присутствует, ведь Виолетта Комиссарова в чем-то очень деятельный человек, очень властный.

Калугин О.А.:

Она - проектный менеджер. Отличие проектного менеджера от чиновника состоит в том, что для чиновника самое главное – это процесс, для менеджера – результат. Мы также проектное министерство, потому что мы на передовой общественного развития. Здесь, совершенно точно, по-другому работать и нельзя. Виолетта Комиссарова очень успешный проектный менеджер. Она поработала чиновником, заместителем министра экономического развития и нашла свою нишу.

Орлов И.Б.:

Когда мы были с экспедицией в Рязани, то специально никого не провоцировали вопросами о традициях, все говорили о них сами. Прежде всего, им хотелось показать, каким образом они используют сложившиеся традиции (дореволюционные и советские), как формируют новые традиции, новые праздники и прочее. Здесь же нам приходится вытягивать эту информацию из людей, но в результате мы получаем что-то невнятное. Складывается впечатление, будто в Калуге не было 70 лет советской власти, а в Рязани она была. В связи с этим вопрос: насколько вы используете традиции для формирования бренда региона?

Калугин О.А.:

Обязательно используем. Мы работаем со смыслами – это самое главное. На Всероссийском форуме журналистов в Сочи в этом году Калужский союз журналистов получил награду за презентацию регион. Тема

нашей презентации была «Земля, рождающая бренды».

Во-первых, в Калужской области есть г. Козельск - «злой город», уничтоженный после семинедельной обороны. Русского государства с Москвой в центре еще и не было, а русский дух, непокорный, непоколебимый, родился там, в Козельске. Именно Козельск, если обратиться к летописям, стал символом сопротивления неприятелю для всех русских земель без исключения – такова роль Козельска.

Во-вторых, мы с вами сейчас находимся в регионе, который стал родиной русского суверенитета. Я говорю о Великом стоянии на Угре. Парадокс: основателю суверенного русского государства памятник поставили только в 2017 году. 11 ноября 1480 года, когда Ахмат уходит с Угры, фактически заканчивается 250-летие ордынского ига над Русью. Соответственно, мы это всячески популяризируем, и будем продвигать дальше.

До того, как мы начали формирование смыслов и, соответственно, праздников, мы в рамках региона отмечали следующие даты: 5 июля – день образования Калужской области, день официальных символов Калужской области (гимна, герба и флага); 17 сентября – день освобождения Калужской области от немецко-фашистских захватчиков. Потом мы ввели законодательной инициативой губернатора 11 ноября как региональный праздник. 1 декабря – День рождения маршала победы Георгия Константиновича Жукова; 26 июня 1954 года – начало работы первой атомной электростанции в Обнинске.

У нас много событий, но для того, чтобы сделать их смысловыми, брендовыми, мы выбираем не все, а только те, которые имеют общероссийское, а порой и глобаль-

ное значение. Ввод атомной электростанции – это общероссийский и даже глобальный уровень.

Орлов И.Б.:

И в какие формы это выливается? Как происходит популяризация?

Калугин О.А.:

Праздники и памятные даты отмечаются в школах. Наши общественные организации проводят круглые столы, форумы, другие мероприятия. Вот сейчас у нас идет подготовка наших СМИ к 4 ноября и к 11 ноября, причем с историческими материалами.

Федорова И.М.:

Как раз для популяризации праздников и наших памятных дат в Калужском региональном календаре просвещение – это одно из самых важных направлений.

Орлов И.Б.:

А почему бизнес не подхватывает?

Калугин О.А.:

Бизнес активно не подходит.

Орлов И.Б.:

Вот на площади перед Заксобранием стоит Иван III, но в городе я нигде не видел, чтобы продавались соответствующие сувениры.

Калугин О.А.:

Во Владимирском ските они есть, там церковь очень активно использует символику. Это именно то место, где родился русский суверенитет.

Федорова И.М.:

Я приведу вам самый простой пример, когда бизнес участвует. У нас в рамках праздника, посвященного стоянию на Угре, в рамках одной из акций развешиваются флаги с логотипом этого праздника, и бизнес принимает в этом самое активное участие. Они тратят свои деньги на популяризацию праздника.

Орлов И.Б.:

А реконструкцию не собираетесь делать?

Калугин О.А.:

У нас три года подряд на Угре проводятся реконструкции.

Орлов И.Б.:

А в Козельске?

Федорова И.М.:

Там проводилась реконструкция в рамках круглой даты, но она была слабая.

Калугин О.А.:

Я думаю, что сейчас подтянутся реставраторы по Козельску, потому что существует необходимость. Сейчас будет небольшой временной лифт, и мы, как министерство, займемся брендингом этого проекта.

Орлов И.Б.:

У вас же есть региональное историческое общество?

Калугин О.А.:

Конечно, Всероссийское историческое общество.

Орлов И.Б.:

Наверное, сейчас из всех исторических организаций Всероссийское историческое общество самое значимое в глазах многих, самое активное и, наверное, самое финансируемое.

Калугин О.А.:

Мы с ними взаимодействуем в полном 100%-м режиме. О празднике Великого стояния на Угре Россия 3 года назад не знала, знали только специалисты. Теперь же у нас 1000 репостов после каждой реконструкции или после каждого празднования победы на Угре.

Саломатин Юрий Владимирович, стажер-исследователь Научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ:

Я бы хотел вернуться к теме нацпроектов и проектному менеджменту, про который Вы говорили. У вас 25 сентября было заседание по отчетной деятельности в рамках нацпроектов в целом. Согласно отчету к концу года освоено лишь 40% выделенных средств. То есть как это обычно работает: средства выделяются, потом идет проектная

деятельность, и, соответственно, после все деньги «размораживаются» на счетах. Первое, что приходит в голову, что в сложившейся ситуации какие-то бюрократические преграды не позволяют «размораживать» счета. Не кризис ли это управления и проектного менеджмента?

Федорова И.М.:

Все познается в сравнении. На начало сентября освоение в целом по России составляло 33%. Реализация проекта – это живая работа. Для всей системы управления – это тоже серьезный экзамен. Прежде количество финансовых средств в таком объеме никогда не выдавалось федеральным центром. Калужская область точно не в отстающих регионах.

Орлов И.Б.:

Если судить по инвестиционной активности, то вы на 4-м месте. Я так понимаю, что вы примерно укладываетесь в первую десятку регионов по разным показателям?

Федорова И.М.:

Естественно, мониторинг проходит всегда для того, чтобы каждый раз ускорять этот процесс.

INTERVIEW WITH THE MINISTER OF DOMESTIC POLICY AND MASS COMMUNICATIONS OF THE KALUGA REGION O.A. KALUGIN

As part of the expedition to the Kaluga Region, staff of the Research and Study Laboratory for Studies in Business Communications and HSE students interviewed Oleg Kalugin, Regional Minister of Internal Affairs and Communications. During the conversation, the minister spoke about the peculiarities of interaction with non-profit organizations and their projects in the region, touched upon the formation of an information policy in the region and the formation of a single regional brand.

Keywords:

Kaluga region, domestic policy, information policy, executive authorities, NGOs, the third sector, regional brand, Russian regions.