

Теоретико-методологические подходы к оценке стратегий городов-миллионников: роль местного сообщества*

Ключевые слова

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

ГОРОДА-МИЛЛИОННИКИ

МЕСТНОЕ СООБЩЕСТВО

ОЦЕНКА СТРАТЕГИЙ

ДОСТУПНОСТЬ

ВОСТРЕБОВАННОСТЬ

КАНАЛЫ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

УДОБОЧИТАЕМОСТЬ СТРАТЕГИЙ

В годы рыночных преобразований крупные города начинают играть роль центров притяжения человеческих и экономических ресурсов. Это обусловлено в том числе и стремлением людей к достойной заработной плате, инфраструктурному и бытовому комфорту, что, в свою очередь, превращает крупные города в центры концентрации высококвалифицированной рабочей силы. В этих условиях фокус внимания инвесторов смещается с регионов на крупнейшие города. Именно крупные города усиливают конкуренцию между собой за бюджетные ресурсы, привлечение высококвалифицированных кадров и инвестиций как внутри страны, так и с городами других стран. Для управления своим развитием крупные города всего мира используют стратегии долгосрочного развития. Стратегия становится важнейшим документом города, его «дорожной картой», определяющей основные направления развития. Ошибка, допущенная при планировании сейчас, может привести к непоправимым последствиям через 5–10 лет. Поэтому качество городских стратегий, действующих сегодня, определяет качество жизни людей в будущем.

Учитывая всё вышесказанное, авторы предлагают провести оценку стратегий городов-миллионников России (за исключением стратегий городов федерального значения) с целью выявления лучшей практики и разработки

рекомендаций по совершенствованию стратегических документов. На сегодняшний день отсутствуют какие-либо официально утвержденные стандарты по оценке стратегий городов, поэтому начинать приходится с авторских вариантов методик оценки.

Авторский подход основывается на общепризнанном положении, что любая стратегия должна быть направлена на повышение качества жизни населения за счет максимизации валового муниципального продукта, формируемого городом [3]. Для успешной реализации этой задачи необходимо, чтобы в стратегии было учтено позиционирование города и было налажено взаимодействие с местным сообществом (рис. 1).

Авторами предлагается для обсуждения один из разделов методики оценки стратегических документов крупных городов, посвященный оценке взаимодействия с местным сообществом. Роль взаимодействия с местным сообществом при разработке и реализации городских стратегий многократно рассматривалась российскими [1; 6] и международными исследователями [13. Р. 1]. В отличие от корпораций, где все приказы руководства являются обязательными к исполнению для сотрудников компании, жители города не подчиняются напрямую администрации. Если стратегия не отвечает потребностям жителей города, они могут переизбрать его руководство. Только та стратегия, которая учитывает потребности и интересы жителей города, может считаться эффективной и востребованной.

На наш взгляд, качественной можно считать стратегию, к которой регулярно обращается местное сообщество, основная информация по которой находится в открытом доступе, а среднестатистический житель города может в ней разобраться самостоятельно и предложить внести свои коррективы.

В соответствии с предложенным определением была представлена ме-



ТАТАРКИН Александр Иванович
Доктор экономических наук, профессор,
академик РАН, директор

**Институт экономики
Уральского отделения РАН
620014, РФ, г. Екатеринбург,
ул. Московская, 29
Тел.: (343) 371-45-36
E-mail: tatarkin_ai@mail.ru**



НЕКРАСОВ Александр Алексеевич
Стажер-исследователь

**Институт экономики
Уральского отделения РАН
620014, РФ, г. Екатеринбург,
ул. Московская, 29
Тел.: (961) 775-83-33
E-mail: nekrasov.ekb@gmail.com**

Аннотация

Авторы, опираясь на теоретико-методологические разработки, предлагают собственную методику оценки качества стратегий городов-миллионников, основанную на обратной связи с местным сообществом. Оценка проводится по индикаторам доступности, востребованности, наличия каналов обратной связи и удобочитаемости стратегий.

JEL classification

R00, O18

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках проекта проведения научных исследований «Оценка и прогнозирование динамики финансовой устойчивости регионов РФ и аймаков Монголии на основе Системы национальных счетов», проект № 12-22-03001 а/м.

► **Aleksandr I. TATARKIN**
Dr. Sc. (Ec.), Prof., Academician of RAS,
Director

Institute of Economics
(Ural Branch of the Russian Academy
of Sciences)
620014, RF, Yekaterinburg,
Moskovskaya St., 29
Phone: (343) 371-45-36
E-mail: tatarkin_ai@mail.ru

► **Aleksandr A. NEKRASOV**
Intern Researcher

Institute of Economics
(Ural Branch of the Russian Academy
of Sciences)
620014, RF, Yekaterinburg,
Moskovskaya St., 29
Phone: (961) 775-83-33
E-mail: nekrasov.ekb@gmail.com

Key words

STRATEGIC PLANNING
MILLION CITIES
LOCAL COMMUNITY
STRATEGIES EVALUATION
AVAILABILITY
DEMAND
FEEDBACK CHANNELS
STRATEGIES LEGIBILITY

Summary

Resting upon theoretical and methodological development the authors suggest their own methodology to assess the quality of million cities' strategies which is based on feedback with local community. The assessment is carried out in accordance with the indicators of availability, demand, presence of feedback channels and strategies legibility.

JEL classification

R00, O18

Theoretical and Methodological Approaches to Assess Strategies of Million Cities: the Role of Local Community



Рис. 1. Исходные блоки для оценки качества стратегии



Рис. 2. Индикативные блоки оценки взаимодействия с местным сообществом

тодика оценки, состоящая из четырех индикативных блоков (рис. 2).

Проведем оценку действующих стратегий городов-миллионников по предложенным индикативным блокам.

ДОСТУПНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ДОКУМЕНТОВ

Джеймс Мэдисон, четвертый президент США (1809–1817), говорил: «Открытое правительство без открытой информации или средств ее получения является лишь прологом к фарсу или трагедии или, возможно, к тому и другому [5]». Отличие демократического общества от других форм заключается в наличии фундаментального права населения иметь доступ к информации о текущей и планируемой деятельности правительства. Особенно это актуально для муниципальной власти, которая находится ближе всего к людям и должна интенсивнее других уровней власти работать в контакте с населением.

При этом у государственных и муниципальных структур существуют мотивы, которые побуждают их ограничивать доступ к информации. Специалисты Всемирного банка выделяют следующие мотивы сокрытия информации [4]:

- принимать решения без обсуждения с общественностью проще;
- секретность позволяет избежать обвинений в ошибочности действий;
- некоторые группы стейкхолдеров могут оказывать большее влияние;
- недостаток информации является одной из форм искусственного дефицита и позволяет взимать большую административную ренту.

Вместе с тем отмечается, что наличие гласности имеет свои положительные стороны:

- все социальные группы жителей города могут быть уверены, что их мнение будет учтено;
- граждане могут активнее участвовать в жизни общества;
- происходит формирование положительного имиджа администрации города в глазах граждан.

Группой специалистов Всемирного банка проводились специальные исследования, подтверждающие корреляционную связь между доступностью информации об основных показателях экономического развития города и его уровнем экономического развития [11. P. 144].

При оценке данного параметра рассматривается доступность сайта, содержащего документ стратегии, для жителей города и иногородних специалистов, заинтересованных в развитии города и желающих внести коррективы в стратегию его развития, при этом не обладающих инсайдерской информацией о том, как это можно сделать.

Сайты на данный момент являются самым простым и доступным способом получения информации. Главной функцией сайта в стратегическом планировании городов является передача релевантной стратегической информации о направлениях развития города. Основным преимуществом Интернет-канала является возможность передавать неограниченное количество информации всем потенциальным аудиториям. К дополнительным преимуществам интерактивных сайтов относят получение статистической информации об интересах различных аудиторий, посещающих данный сайт.

В качестве критерия предлагается наличие отдельного сайта (или раздела городского сайта), на котором представлена информация о действующем стратегическом плане. Наличие сайта определяется выдачей поисковых за-

просов в основных поисковых системах Российской Федерации. На данный момент рынок поисковых систем представлен в следующем виде (табл. 1).

Как видим, 88% поисковых запросов проходит через сервисы Яндекс и Google. Поэтому можно ориентироваться только на результаты их выдачи. Поскольку информация обладает своей ценой, можно сказать, что существует определенное пороговое значение затраченного времени и энергии на поиск, при достижении которого заинтересованный в получении информации человек прекратит ее поиск. Поэтому нами вводится следующее допущение: если упоминание о сайте, содержащем информацию об актуальных стратегических документах города, отсутствует в первых двух страницах выдачи поисковиков (20 первых результатов), то можно предположить, что такой сайт либо отсутствует, либо он будет недоступен для заинтересованных лиц. Чем выше в поле выдачи расположена информация об официальных стратегических документах города, тем больше шанс, что с ними ознакомится большее число заинтересованных лиц. Поэтому нами будет учтено текущее положение стратегического документа в поле выдачи информации поисковика.

Для того чтобы сосредоточиться на рассмотрении только официальных документов, нами учитываются лишь ссылки на официальные сайты администраций городов либо сайты, созданные структурами администрации для размещения стратегических документов. Это позволит избежать ссылок на устаревшие документы и на научные работы, которые анализируют и комментируют данные документы.

В качестве поисковых слов будет задействован следующий тип запроса: «Стратегия города X», где под X подразумевается конкретный город-миллионник.

Чтобы полученные результаты перевести в баллы, можно воспользоваться следующим допущением. Самому высокому положению в поисковой выдаче присваивается максимальное количество баллов – 2. За снижение позиции в выдаче на 1 пункт количество присвоенных баллов уменьшается на 0,1.

Поскольку рассматриваются запросы лишь двух поисковых систем, предложены весовые коэффициенты для запросов Google и Яндекс в соответствии с их долей на рынке для определения итогового положения города в рейтинге доступности:

$$K_{\text{Яндекс}} = 62/88 = 0,7;$$

$$K_{\text{Google}} = 26/88 = 0,3.$$

С учетом весовых коэффициентов поисковиков получаем следующую оценку (табл. 2).

Оценив итоги, можно выделить три группы городов по доступности их стратегических документов для всех желающих.

1. Отличная доступность – Екатеринбург, Нижний Новгород, Самара, Омск, Ростов-на-Дону, Уфа, Волгоград, Пермь и Воронеж. Это самая многочисленная группа, в нее попадает 9 городов из 13. Со стратегическими документами этих мегаполисов может легко ознакомиться каждый желающий.

2. Средняя доступность – Казань, Челябинск. Документы этих городов могут быть получены заинтересованными лицами при определенных усилиях, что ограничивает доступность.

3. Низкая доступность относится к двум городам – Красноярску и Новосибирску. Упоминание о стратегических документах Красноярска полностью отсутствует на первых двух страницах выдачи Яндекса и Google, в связи с чем было принято решение считать, что стратегия Красноярска недоступна для местного сообщества, поэтому следует

Таблица 1 – Количество переходов с поисковых систем [2]

Система	Июнь 2013 г.		Май 2013 г.	
	Среднесуточные значения переходов	Доля общего объема переходов, %	Среднесуточные значения переходов	Доля общего объема переходов, %
Яндекс	82 143 559	61	84 379 813	62
Google	35 671 218	27	35 929 282	26
Прочее	16 046 992	12	16 783 594	12
Итого	133 861 769	100	137 092 689	100

Таблица 2 – Оценка доступности стратегических документов городов-миллионников, баллы

Город	Положение в поисковике Google	Положение в поисковике Яндекс	Итог с учетом коэффициентов
Новосибирск	2	0	0,6
Екатеринбург	2	2	2
Нижний Новгород	2	1,9	1,93
Самара	2	2	2
Казань	0	1,4	0,98
Омск	2	1,9	1,93
Челябинск	1,4	1,5	1,47
Ростов-на-Дону	1,9	2	1,97
Уфа	1,9	2	1,97
Волгоград	1,6	2	1,88
Пермь	2	2	2
Воронеж	1,5	2	1,85
Красноярск	0	0	0

исключить данный город из дальнейшего рассмотрения. Ссылка на стратегические документы Новосибирска хотя и находится на первом месте в Google, в поисковике Яндекс отсутствует полностью.

НАЛИЧИЕ КАНАЛОВ КОММУНИКАЦИИ

Заинтересованное лицо должно иметь не только доступ к официальным стратегическим документам города, но и возможность оставить свои оценки и комментарии о необходимости внесения изменений в стратегический план прямо на официальном сайте, содержащем стратегические документы. Дополнительным преимуществом при оценке каналов коммуникации будет являться возможность ознакомиться с расписанием заседаний комиссий на сайте, чтобы заинтересованное лицо могло в назначенное время прийти и изложить свои идеи в устной форме. В соответствии с наличием таких возможностей города должны получать баллы за качество своих каналов коммуникации:

- 0 баллов – пассивная передача данных, когда содержатся лишь описательные сведения о стратегии развития города, краткое содержание отдельных программ и проектов без возможности обратной связи;

- 1 балл – интерактивная коммуникация, представляется возможность обратной связи с заинтересованными в развитии города лицами, возможность оставлять комментарии и предложения к конкретным проектам. При рассмотрении учитывались все способы коммуникации: форма для отправки сообщений на официальном сайте, форумы, группы в социальных сетях;

- 2 балла – интерактивная коммуникация, при которой коммуникация дополнена календарем встреч, где указана информация о конкретных датах и местах проведения мероприятий, на которых желающие могут выступить с докладом (сообщением) о внесении изменений в стратегию/программу/проект. Обобщенные результаты оценки представлены в табл. 3.

Оценка существующих каналов интерактивной коммуникации дает основание выделить сайты следующих городов, обладающих данной опцией: Екатеринбург, Самара, Ростов-на-Дону, Волгоград получают по одному баллу за наличие возможности осуществлять обратную связь. Каналы коммуникации в этих городах настроены по-разному. Отличительной чертой Екатеринбурга и Самары является наличие интерактивной коммуникации с пользователем стратегического документа. Она осуществляется посредством двух каналов: виртуальной формы и реального участия в заседании Программного совета. Виртуальная форма предлагает внести свои правки в редакцию стратегического документа, заполняя специальное окно на сайте, а информация по реальному участию представлена в виде новостной полосы и календаря событий.

УДОБОЧИТАЕМОСТЬ ДОКУМЕНТА СТРАТЕГИИ

Оценка этого параметра дает ответ на вопрос «Сможет ли среднестатистический горожанин самостоятельно понять, о чем идет речь в стратегии города?» Текст стратегии должен быть прост и понятен широкому кругу лиц, обладающих различным уровнем интеллектуальных способностей и образования. Для начала определим удобочитаемость стратегии как свойство документа, характеризующее легкость его восприятия рядовым жителем города.

К 2000 г. насчитывалось более 1000 исследований, посвященных оценке удобочитаемости [9]. Одним из самых известных исследователей в данной сфере был Рудольф Флеш. Им была предложена авторская версия формулы определения индекса удобочитаемости [15. Р. 97]:

$$\text{Индекс Флеша} = 206,835 - 1,015 \left(\frac{\text{количество слов}}{\text{количество предложений}} \right) - 84,6 \left(\frac{\text{количество слогов}}{\text{количество слов}} \right).$$

Расшифровка значений индекса Флеша приведена в табл. 4.

Индекс Флеша широко используется на практике. Министерство обороны США применяет индекс Флеша для оценки удобочитаемости всех своих документов [12. Р. 1]. В ряде штатов США есть требования к страховым полисам по удобочитаемости. Значение индекса Флеша для них должно находиться в рамках от 100 до 45 [10].

Из-за трудоемкости расчетов индексов удобочитаемости для каждой стратегии расчеты проводились по отдельным частям документа. Поскольку большинство пользователей сайтов в первую очередь обращается к началу документа, расчеты были проведены по самому первому разделу. В этом разделе обычно излагаются основные положения стратегии. Кроме того, значения индекса Флеша были адаптированы к применяемой нами методике (табл. 5).

В результате проведения оценок нами были получены следующие результаты (табл. 6).

Среднее значение индекса Флеша для стратегий городов-миллионников в России составляет 48,7. Это свидетельство того, что документы по форме изложения и содержания остаются сложными для восприятия и большое количество заинтересованных не в состоянии в них разобраться. Самой сложной для восприятия

Таблица 3 – Оценка качества каналов коммуникации, баллы

Город	Возможность вносить коррективы в стратегию
Новосибирск	0
Екатеринбург	2
Нижний Новгород	0
Самара	2
Казань	0
Омск	0
Челябинск	0
Ростов-на-Дону	1
Уфа	0
Волгоград	1
Пермь	0
Воронеж	0

Таблица 4 – Расшифровка значений индекса Флеша

Индекс Флеша	Сложность текста	Доля взрослых людей, способных понять текст, %
От 0 до 30	Очень сложный	4,5
От 30 до 50	Сложный	33
От 50 до 60	Достаточно сложный	54
От 60 до 70	Стандартный	83
От 70 до 80	Достаточно легкий	88
От 80 до 90	Легкий	91
От 90 до 100	Очень легкий	93

оказалась стратегия Волгограда, индекс Флеша которой равен 18,8. Разобраться в таком документе может менее 10% жителей. Самой легкой для восприятия является стратегия Челябинска, в которой может разобраться более 90% жителей города.

Результаты оценки свидетельствуют, что существует разрыв между заявлениями руководителей администрации городов о доступности стратегии для каждого жителя и реальными показателями удобочитаемости документов.

ВОСТРЕБОВАННОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ДОКУМЕНТОВ

Стратегический план города рассматривается нами как особая форма

общественного договора, в работе над которым должны принимать участие все стейкхолдеры. Под работой понимается не только процесс принятия, но и процесс совершенствования и доработки документа. Качество кампании по продвижению главного стратегического документа города должно измеряться широтой народного отклика на нее. Поэтому существует необходимость оценить, насколько востребованным является стратегический документ и как часто к нему обращаются заинтересованные лица (жители города, потенциальные инвесторы и т.д.).

Современный уровень развития Интернета и распространенности Интернет-технологий позволяет прово-

дить исследования востребованности различной информации, основанные на анализе поисковых запросов. Технология оценки поисковых запросов используется для предсказания эпидемий [7], объемов торгов на акциях [14], направлений туристических путешествий [8]. Для проведения анализа данного показателя был использован сервис «Статистика ключевых слов Яндекс». Этот сервис позволяет узнать количество обращений по выбранным ключевым словам к Яндексу в течение заданного временного периода. Используя данный подход, можно определить, сколько раз люди обращались с запросом к стратегическим документам города за определенный промежуток времени. Нами был исследован временной интервал с 1 января по 31 декабря 2012 г.

В соответствии с количеством запросов на тысячу жителей за год городам были присвоены баллы. Если к стратегическим документам обращается больше чем один человек из тысячи жителей (включительно) – город получает 2 балла, если обращения к стратегическому документу есть, но их меньше одного на тысячу жителей – 1 балл, если обращений нет совсем – 0 баллов (табл. 7).

За весь 2012 г. к стратегическим документам Новосибирска и Омска не обратился ни один житель. Это свидетельство слабости проведенной кампании по продвижению стратегического плана. Наибольшее количество обращений к стратегическим документам через Интернет получил город Пермь. Авторами были изучены причины такого интереса к стратегическому плану Перми. Одной из причин является разработка городом Мастер-плана, сопровождавшаяся коррупционным скандалом, который был широко освещен в средствах массовой информации. Поэтому город Пермь не получил дополнительных баллов в нашем рейтинге за столь бурное внимание к своим стратегическим документам.

Для составления итогового рейтинга стратегических документов каждому исследуемому параметру был присвоен весовой коэффициент. Весовые коэффициенты были определены экспертными оценками с использованием метода анализа иерархий (МАИ). Эксперты осуществляли попарные сравнения параметров, результаты заносились в матрицу, а затем определялся собственный вектор матрицы. Всего было задей-

Таблица 5 – Градации удобочитаемости стратегий по индексу Флеша

Индекс Флеша	Удобочитаемость стратегии	Баллы по методике оценки удобочитаемости
От 0 до 40	Низкая	0
От 40 до 50	Средняя	1
От 50 до 100	Высокая	2

Таблица 6 – Рейтинг удобочитаемости стратегий городов-миллионников

Город	Индекс Флеша	Удобочитаемость стратегии	Баллы
Новосибирск	57,4	Высокая	2
Екатеринбург	34,8	Низкая	0
Нижний Новгород	40,4	Средняя	1
Самара	43,4	Средняя	1
Казань	58,6	Высокая	2
Омск	44	Средняя	1
Челябинск	81,8	Высокая	2
Ростов-на-Дону	42,8	Средняя	1
Уфа	69,6	Высокая	2
Волгоград	18,8	Низкая	0
Пермь	39,2	Низкая	0
Воронеж	53,6	Высокая	2

Таблица 7 – Оценка стратегий по востребованности

Город	Количество запросов на тысячу жителей	Баллы
Пермь	4,5	2
Волгоград	1,7	2
Челябинск	1,7	2
Казань	1,4	2
Екатеринбург	1,1	2
Воронеж	1,0	2
Самара	0,9	1
Ростов-на-Дону	0,8	1
Нижний Новгород	0,5	1
Уфа	0,3	1
Омск	0,0	0
Новосибирск	0,0	0

Таблица 8 – Весовые коэффициенты параметров оценки

Параметр оценки	Весовой коэффициент
Доступность стратегических документов	0,4
Наличие каналов коммуникации	0,2
Удобочитаемость стратегических документов	0,1
Востребованность стратегических коэффициентов	0,3

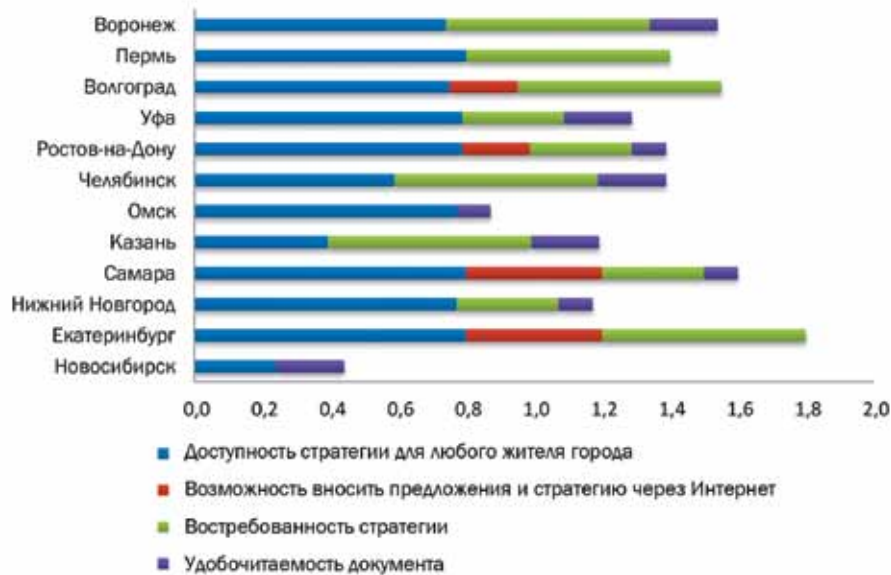


Рис. 3. Результаты оценки качества коммуникации с местным сообществом

ствовано 18 экспертов. В результате весовые коэффициенты распределились следующим образом (табл. 8).

Применяя весовые коэффициенты к параметрам оценки качества взаимодействия с местным сообществом, мы смогли построить итоговый рейтинг качества стратегий (рис. 3). Лидерами в этом рейтинге стали стратегии Екатеринбурга, Самары и Волгограда. Хуже всего взаимодействие с местным сообществом налажено в Новосибирске, Омске и Нижнем Новгороде.

Анализируя результаты итоговой оценки, можно сделать вывод о доступности большинства стратегий городов-миллионников. При желании любой житель города может легко найти документы стратегии в сети Интернет. Востребованность стратегических до-

кументов у населения остается низкой. В среднем к стратегии города обращается один житель из тысячи за год. Городам в первую очередь стоит активнее работать над формированием каналов коммуникации с местным сообществом. Этот параметр имеет высокое значение (весовой коэффициент 0,2), при этом полноценные интерактивные каналы коммуникации имеются только у 2 городов. Более того, городам следует сделать стратегии более понятными для широкого круга людей, так как на данный момент многие разделы стратегии содержат большое количество наукообразного текста и сложны для массового восприятия.

В результате проведенного исследования можно согласиться с утверждением, что только та стратегия имеет

шансы на успех, которая затронула потребности и интересы большинства жителей. Население городов было и остается опорой власти в реализации любой стратегии на уровне муниципалитета. Оценка стратегии позволяет определить не только текущий уровень развития стратегического планирования, но и сформировать приоритетные направления для его дальнейшего совершенствования. Результаты нашей оценки позволяют говорить о начале пути формирования эффективной политики по работе с местным сообществом. Используя современные методы взаимодействия с местным сообществом, стратегическое планирование может стать наиболее эффективным механизмом управления городами-миллионниками Российской Федерации. ■

Источники

1. Ветров Г.Ю. Отчет о научно-исследовательской работе «Разработка стратегии социально-экономического развития города Нижнего Новгорода на период до 2030 г.». М., 2012.
2. Интернет-портал LiveInternet.ru. URL: www.liveinternet.ru
3. Некрасов А.А. Как определить роль города-миллионера в экономике региона? // Социально-экономические проблемы развития региональных территориальных систем и механизмы повышения их конкурентоспособности: тр. XI Междунар. конф. молодых ученых. Екатеринбург, 2013.
4. Право на свободу слова. Роль СМИ в экономическом развитии / сокр. пер. с англ.; Всемирный банк. М.: Изд-во «Весь Мир», 2005.
5. Рихтер А.Г. Международные стандарты и зарубежная практика регулирования журналистики: учеб. пособие. Издание ЮНЕСКО. М., 2011.
6. Татаркин А.И., Бочко В.С. Проблемы и направления дальнейшего совершенствования местного самоуправления // Экономика региона. 2008. № 2.
7. Ginsberg J. Detecting influenza epidemics using search engine query data. *Nature*. 2006. Vol. 457.
8. Hyunyoung Choi. Predicting the Present with Google Trends. URL: <http://googlresearch.blogspot.ru/2009/04/predicting-present-with-google-trends.html>
9. Klare G.R. 2000. Readable computer documentation // *ACM journal of computer documentation* 24, no. 3.
10. Law and Legal Research // Florida Laws: FL Statutes - Title XXXVII Insurance Section 627.011 Short title. URL: <http://law.onecle.com/florida/insurance/627.4145.html>
11. Leautier F. Cities in a Globalizing World: Governance, Performance, and Sustainability, 2006.
12. Luo Si. A Statistical Model for Scientific Readability. 2001.
13. Making it happen. A roadmap for cities and local public services to achieve outcomes. PricewaterhouseCoopers, 2011.
14. Preis T. Complex dynamics of our economic life on different scales: insights from search engine query data // *Philosophical Transactions of the Royal Society A*. 2010. Vol. 368. doi: 10.1098/rsta.2010.0284.
15. William H. DuBay. The Classic Readability Studies. 2006. P. 97.

References

1. Vetrov G.Yu. Developing the strategy of social-economic development of Nizhny Novgorod for the period until 2030. [*Razrabotka strategii sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya goroda Nizhnego Novgoroda na period do 2030 g.*]. Moscow, 2012.
2. Web resource LiveInternet.ru. Available at: www.liveinternet.ru
3. Nekrasov A.A. [How to determine the role of a million city in the region's economy?]. XI Mezhdunar. konf. molodykh uchenykh (Yekaterinburg, 2013). [Proc. of XI Int. conf. of young scientists (Yekaterinburg, 2013)]. Pp. 164-175.
4. The Right to Tell: The Role of Mass Media in Economic Development. World Bank Publications, 2005.
5. Rikhter A.G. International standards and foreign practices on media regulation. UNESCO. Moscow, 2011.
6. Tatarkin A.I., Bochko V.S. Problems and directions for further improvement of local government. [Problemy i napravleniya dal'neyshego sovershenstvovaniya mestnogo samoupravleniya]. *Ekonomika regiona – Regional Economy*, 2008, no. 2, pp. 42-51.
7. Ginsberg J. Detecting influenza epidemics using search engine query data. *Nature*, 2006, vol. 457.
8. Hyunyoung Choi. Predicting the Present with Google Trends. Available at: <http://googlresearch.blogspot.ru/2009/04/predicting-present-with-google-trends.html>
9. Klare G.R. 2000. Readable computer documentation. *ACM journal of computer documentation* 24, no. 3.
10. Law and Legal Research. *Florida Laws: FL Statutes - Title XXXVII Insurance Section 627.011 Short title*. Available at: <http://law.onecle.com/florida/insurance/627.4145.html>
11. Leautier F. Cities in a Globalizing World: Governance, Performance, and Sustainability, 2006, p. 144.
12. Luo Si. A Statistical Model for Scientific Readability, 2001.
13. Making it happen. A roadmap for cities and local public services to achieve outcomes. PricewaterhouseCoopers, 2011.
14. Preis T. Complex dynamics of our economic life on different scales: insights from search engine query data. *Philosophical Transactions of the Royal Society A*, 2010, vol. 368, pp. 5707–5719. doi: 10.1098/rsta.2010.0284.
15. William H. DuBay. The Classic Readability Studies, 2006, p. 97.