

УДК 352. 075
ББК 66. 3 (2РОС) 12

Mkrtchyan Elena Rafaelovna,
candidate of sociology, assistant professor
of the department of philosophy and sociology
of the Volgograd branch of the Russian Presidential
Academy of National Economy and Public Administration,
Volgograd,
e-mail: melenar@mail.ru

Мкртчян Елена Рафаеловна,
канд. социол. наук, доцент кафедры
философии и социологии Волгоградского филиала
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ,
г. Волгоград,
e-mail: melenar@mail.ru

Saltymuradova Diana Igorevna,
post-graduate student of the department
of philosophy and sociology of the Volgograd branch
of the Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration,
Volgograd,
e-mail: sdianai95@rambler.ru

Салтымурадова Диана Игоревна,
аспирант кафедры философии и социологии
Волгоградского филиала Российской академии
народного хозяйства и государственной службы
при Президенте РФ,
г. Волгоград,
e-mail: sdianai95@rambler.ru

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА – ГОРОД ВОЛЖСКИЙ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)

INFORMATIONAL AND COMMUNICATIVE POTENTIAL OF THE LOCAL SELF-GOVERNMENT (ON THE EXAMPLE OF ADMINISTRATION OF VOLZHISKY CITY OF VOLGOGRAD REGION)

В данной статье представлен анализ информационно-коммуникативного потенциала местного самоуправления. В современных условиях залогом успешной деятельности органов власти является эффективное использование имеющегося информационно-коммуникативного потенциала, инструментом реализации которого является информационная политика. На примере исполнительно-распорядительного органа городского округа – город Волжский Волгоградской области рассмотрен уровень развития информационно-коммуникативного потенциала. На основании приведенных результатов социологического исследования сделан вывод о степени эффективности реализуемой в городском округе – город Волжский информационной политики, даны рекомендации по ее развитию.

The article presents the analysis of the information and communicative potential of the local self-government. In modern conditions, the pledge of successful activities of the authorities is the effective use of the available information and communicative potential, which implementation tool is the information policy. The author examines the degree of development of information and communicative potential on the example of executive body of the Volzhsky city of Volgograd region. Based on the provided results of the sociological research, the author concluded about the effectiveness of the information policy of Volzhsky city and presented recommendations for its development.

Ключевые слова: местное самоуправление, информация, потенциал, коммуникация, информационно-коммуникативный потенциал, информационная политика, информационное пространство, социологическое исследование, симметричная коммуникация, публичная дискуссионная площадка, интерактивность.

Keywords: local self-government, information, communication, potential, information and communicative potential, information policy, information space, sociological research, symmetrical communication, public discussion platform, interactivity.

В условиях формирования демократического государства одним из показателей эффективности местной власти является успешность ее информационно-коммуникативной деятельности, поскольку «основной задачей местного самоуправления является вовлечение как можно большего числа граждан в решение актуальных проблем личности и общества, поскольку никакие социальные модели (демократического, открытого общества, правового государства, рыночной экономики и т. д.) не способны работать сами по себе, без конкретного человеческого наполнения, без реализации интеллектуального и социального потенциала общества» [1, с. 139].

Усилия органов власти должны быть напрямую направлены на формирование единого информационного пространства, обеспечение информационных потребностей населения и самих властных органов, а также на содействие их конструктивному диалогу.

Очевидно, что отсутствие информационно-коммуникативного взаимодействия между органами власти и населением является препятствием для развития в России гражданского общества и демократического государства.

Сегодня невозможно рассматривать власть в отрыве от формирующегося информационного пространства и протекающих в обществе коммуникативных процессов. Современное «информационное общество выдвигает на арену такой тип власти, в основе деятельности которого – овладение новым ресурсом: информацией и знаниями» [2].

Многие ученые обращают внимание в своих исследованиях на коммуникативную природу власти. Информационный ресурс и коммуникации лежат в основе любых социальных процессов и отношений, в том числе властных. Во многих концепциях власть интерпретируется как особая разновидность социального взаимодействия субъектов, а также как специфическая форма социальной коммуникации между субъектами и объектами политической деятель-

ности по поводу получения, хранения, воспроизводства и трансформации информации (онтологическая концепция Х. Арендт [3, с. 98], концепция средств коммуникации Н. Лумана [4, с. 11], концепция коммуникативной рациональности власти Ю. Хабермаса [5, с. 56] и др.).

Таким образом, информация и коммуникация становятся ключевыми составляющими управленческих процессов. Обмен информацией между управляющей и управляемой системами является необходимым атрибутом процесса управления, а для эффективного осуществления информационно-коммуникативной функции субъект управления должен обладать определенным информационно-коммуникативным потенциалом.

Термин «информационно-коммуникативный потенциал» объединяет и обобщает содержание входящих в его состав понятий «потенциал», «информация» и «коммуникация». Слово «потенциал» происходит от латинского «*potentia*» и означает силу, источник, запасы, которые могут быть использованы для решения какой-либо задачи или достижения определенной цели. В толковом словаре Т. Ф. Ефремовой под «потенциалом» понимается совокупность всех имеющихся возможностей, средств в какой-либо области, сфере [6]. Если рассматривать понятие «потенциал» с точки зрения возможностей отдельного лица, общества, государства в определенной области [7, с. 1043], то можно выделить различные виды потенциала: экономический, культурный, научный, информационно-коммуникативный и др.

Понятие «информация» является многоаспектным, поливариантным и определяется как «знания», «сообщения» [8, с. 72], «свойства всех материальных объектов» [9].

Ряд ученых рассматривает информацию в качестве философской категории, поскольку, по их выражению, она не только отражает всеобщие формы бытия, их связи и взаимообусловленность, но и является фактором развития от низшего к высшему в природе, обществе и в познании [10].

С точки зрения управленческой практики информация – это сведения, данные, которые производят, передают, которыми обмениваются управляющая и управляемая системы и которые составляют главный информационный ресурс сообщества.

Что касается понятия «коммуникация», то в современной науке также сложилось большое количество разнообразных подходов к его пониманию.

Так, У. Шрэм приходит к выводу, что коммуникация – это не что иное, как «акт установления контакта между отправителем и получателем с помощью сообщения» [11, с. 28]. Коммуникация как «обмен, который обеспечивает кооперативную взаимопомощь, делая возможным координацию действий большой сложности» [12, с. 125], предстает в исследованиях Т. Шибутани.

В отличие от своих коллег, делавших акцент на наличие связи в процессе коммуникации, Н. Луман обращает внимание на процесс восприятия получателем отправленной ему информации. В одной из своих работ он определяет коммуникацию как «эмерджентную реальность, которая осуществляется посредством трех различных селекций, а именно: информации, сообщения и понимания или непонимания этого сообщения и его информации» [13, с. 167].

Наиболее точно с точки зрения системного анализа явления, по нашему мнению, коммуникацию понимает социолог Ф. И. Шарков: «Под коммуникацией в широком смысле понимается и система, в которой осуществляется взаимодействие, и процесс взаимодействия, и способы об-

щения, позволяющие создавать, передавать и принимать разнообразную информацию» [14, с. 4].

Данный терминологический анализ позволяет определить понятие «информационно-коммуникативный потенциал» как совокупность возможностей, способностей, ресурсов и стремлений органов власти, способствующих удовлетворению информационных потребностей как самих органов управления, так и общества, а также имеющих весомое значение для установления конструктивного диалога и доверительных отношений в системе «власть – СМИ – общество».

Любая система наделена определенным потенциалом, различны лишь степень его развития или выраженности, а также возможности и условия для его дальнейшего развития. Информационно-коммуникативный потенциал – это ресурсы в единстве со средствами, методами и условиями, позволяющими их активизировать и эффективно использовать.

Потенциал в данной сфере складывается не только из возможностей (наличие организационных, правовых, технических, материальных и др. условий), способностей (наличие квалифицированных кадров, опыта, правильного понимания целей и задач информационной деятельности), но и из стремлений органов власти к эффективной информационной политике, осознания важности и необходимости построения конструктивного диалога и формирования единого информационного пространства.

Реализация информационно-коммуникативного потенциала становится возможной благодаря выстраиванию каналов коммуникации, поскольку «главная цель политической коммуникации – задействовать как можно больше каналов трансляции создаваемого образа кандидата или события, продумать каналы передачи» [15, с. 342]. Каналы позволяют коммуникации создавать условия для выстраивания двусторонней коммуникации и системы обратной связи как еще одного элемента информационно-коммуникативного потенциала местного самоуправления. «Местное самоуправление означает не только местную власть, но и институты местного сообщества, способные задействовать социальный потенциал, активизировать «социальный капитал», составляющие жизненную силу гражданского общества» [1, с. 139].

Информационно-коммуникативный потенциал включает также совокупность принципов, норм и практических действий по управлению информационными процессами в рамках информационного пространства в целях обеспечения информационных потребностей и интересов органов власти и гражданского общества, а также установления тесных информационно-коммуникативных связей и конструктивного диалога между ними.

Важной составляющей информационного потенциала местного самоуправления является имидж местной власти. Поскольку «...имидж можно рассматривать и как инструмент менеджмента, и как объект управления» [16, с. 116], то формирование положительного имиджа местной власти и его главы является существенным фактором перспективного развития территории, непременным условием ее политического и экономического развития. При этом надо учесть, что «позитивный имидж создается на базе работы, задачей которой выступает влияние на определенные контактные аудитории» [Там же].

Наличие определенного потенциала предполагает также наличие способностей и возможностей к информационно-коммуникативной деятельности. Для этого необходим

работоспособный орган, отвечающий за информационно-коммуникативную деятельность. Кадровый состав, опыт и квалификация сотрудников, правовые основы деятельности, технические возможности, финансовые ресурсы, используемые органами власти коммуникативные практики, приемы и механизмы информационной деятельности позволяют реализовать имеющийся потенциал.

Что касается коммуникативных практик, то в деятельности органов власти применяются определенные формы взаимодействия с населением, но практика их использования должна стать более разнообразной (с учетом наиболее перспективных форм, пользующихся большей популярностью у населения), поскольку эффективной является власть, использующая в своем арсенале разнообразные средства взаимодействия с населением. Не только обычные (рассмотрение жалоб, обращений граждан, прием посетителей) и позитивные взаимоотношения (обучение, награждение), но и так называемые внешние взаимодействия, связанные с привлечением общественности к решению общегородских проблем, вопросов местного значения.

Социологическим барометром развития и реализации информационно-коммуникативного потенциала органов местного самоуправления является степень доверия местного сообщества к муниципальной власти, удовлетворенность информационными потребностями населения, а также развитие конструктивного диалога местной власти со СМИ и общественностью. Проведенное в 2011 году в городском округе – город Волжский социологическое исследование показало, что информационно-коммуникативный потенциал исполнительного органа местного самоуправления используется крайне слабо. Доверие к органам местного самоуправления у большей части опрошенных отсутствует (45%). В различной мере доверяют местной власти 37%, а у 18% респондентов данный вопрос вызвал затруднение. Недоверие связано с тем, что чиновники не заинтересованы в освещении своей деятельности. В этом уверены 65% опрошенных, и только 35% подтверждают заинтересованность местных чиновников в освещении их деятельности. И что не менее важно, среди населения распространено мнение, что городская власть не выражает интересы местного сообщества. В этом уверены 59% респондентов, и только 34% утверждают обратное, 7% затруднились ответить на этот вопрос.

Несмотря на видимую слаженность информационной деятельности администрации города Волжского, ее информационные усилия не вполне эффективны, так как только 15% респондентов уверены, что ее деятельность освещается в полной мере и достаточно. 65% респондентов, участвовавших в опросе, считают эти меры недостаточными, 10% уверены, что деятельность местной власти не освещается вовсе, еще 10% участвующих в опросе затруднились ответить.

С мнением населения солидарны и журналисты, оценившие действия администрации города по информированию как не вполне достаточные (53%) и совсем недостаточные (16%). Только 25% респондентов из числа журналистов вполне удовлетворены действиями администрации по освещению ее деятельности и считают их достаточными.

Информационная политика, реализуемая органами местного самоуправления, зачастую не соответствует научным принципам, а также потребностям и интересам как населения и СМИ, так и самих органов власти.

В отношениях со СМИ администрация должна проявлять заинтересованность в освещении своей деятельности.

Сегодня в городе Волжском распространено мнение о том, что власть является информационно закрытой, а чиновники не заинтересованы в освещении своей деятельности. 44% населения говорят о среднем уровне открытости администрации города, 34% – о низком уровне, только 12% считают его высоким, а 10% затруднились в оценке.

С мнением населения солидарны и журналисты. Среди опрошенных журналистов 53% отметили, что в своей деятельности постоянно сталкиваются с проблемой получения информации в администрации.

Информационная политика администрации городского округа – город Волжский имеет асимметричный, односторонний характер, поскольку большее внимание уделяется освещению деятельности, нежели конструированию «публичной дискуссионной площадки» и формированию доверительных отношений с общественностью. Возможности и способности для реализации информационно-коммуникативного потенциала у местной власти имеются, но осознания его значимости и стремления к использованию не наблюдается.

Говорить об эффективной информационно-коммуникативной деятельности невозможно, если не определены ее стратегические цели, основные задачи, направления, а также принципы. Свидетельством недооценки важности информационно-коммуникативной деятельности выступает отсутствие концепции информационной политики. Это, в свою очередь, приводит к рассогласованности целей, непониманию их сущности и назначения. Положения концепции должны определять специфику информационной политики с учетом исторических, социальных, культурных и других особенностей данного муниципального образования.

Формирование концепции информационной политики является первой основополагающей задачей власти. Отсутствие данного документа говорит прежде всего о недооценивании роли информационно-коммуникативных связей в деятельности органа местного самоуправления, а значит, о слабо выраженном информационно-коммуникативном потенциале. Информационно-коммуникативный потенциал, которым обладает орган власти, должен использоваться активнее. Кроме того, информационно-коммуникативная деятельность должна быть направлена на его развитие и поддержание.

Информационной политике города Волжского следует придавать большую интерактивность. Непосредственное и регулярное взаимодействие с населением – это и есть характерная черта информационной политики муниципальной власти, наиболее приближенной к проблемам и потребностям населения. Одним из результатов реализации информационной политики должно стать использование двусторонней симметричной коммуникации. Данная модель взаимодействия предусматривает равную степень влияния власти и населения друг на друга. При этом «взаимодействие должно носить исключительно конструктивный характер и быть направленным на установление гармоничного диалога, основанного на взаимном уважении и поддержке» [17, с. 38]. Пока информационно-коммуникативный потенциал реализуется неэффективно.

Информационная политика города должна выражаться не только в решении текущих ежедневных задач, но и в информационном управлении, долговременном планировании, построении эффективных коммуникаций, анализе и прогнозировании и, наконец, в формировании философии и идеологии развития города Волжского.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Мкртчян Е. Р. Власть и гражданское общество в России: проблемы и перспективы взаимодействия // Власть в России: теория, традиции, перспективы: мат. международной научно-практической конференции (Волгоград, 9–10 июня 2000 года). Волгоград, 2000. С. 132–145.
2. Попов В. Д. Информационное общество, СМИ и информационная политика [Электронный ресурс]. URL: <http://www.informanalytic.ru/docs/4.rtf>. (дата обращения: 27.11.2013).
3. Арндт Х. *Vita activa*, или О деятельной жизни / Пер. с нем. и англ. В. В. Бибихина; под ред. Д. М. Носова. СПб: Алетея, 2000. 437 с.
4. Луман Н. *Власть* / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. М.: Праксис, 2001. 256 с.
5. Хабермас Ю. *Демократия. Разум. Нравственность* / Пер. с нем. А. В. Михайлова, В. И. Кононова. М.: Наука, 1992. 176 с.
6. Ефремова Т. Ф. *Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный*. М.: Русский язык, 2000. 636 с.
7. *Советский энциклопедический словарь* / Под ред. А. М. Прохорова. М.: Советская энциклопедия, 1985. 1600 с.
8. *Краткий словарь по логике* / Под ред. Д. П. Горского. М.: Просвещение, 1991. 208 с.
9. Готт В. С., Семенюк Э. П., Урсул А. Д. *Социальная роль информатики*. М.: Знание, 1987. 64 с.
10. Баяндин А. В. Что такое информация? // Исследования в области естественных наук [Электронный ресурс]. URL: <http://science.snauka.ru/2012/04/234> (дата обращения: 27.11.2013).
11. Резаев А. В. *Парадигмы общения. Взгляд с позиции социальной философии*. СПб: Изд. СПбГУ, 1993. 214 с.
12. Шибутани Т. *Социальная психология*. М.: Прогресс, 1999. 544 с.
13. Назарчук А. В. *Общество как коммуникация в трудах Никласа Лумана* // Вопросы философии. 2006. № 6. С. 156–173.
14. Шарков Ф. И. *Основы теории коммуникации*. М.: Изд-во «Перспектива», 2002. 246 с.
15. Полтавская М. Б. *Коммуникативная и символическая стороны избирательной кампании* // Коммуникативные технологии в образовании, бизнесе, политике и праве: Человек и его дискурс-3 / Отв. ред. Желтухина М. Р. Волгоград: Изд-во «ПринТерра», 2007. С. 340–349.
16. Кузеванова А. Л. *Имидж как объект управления* // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2009. № 9. С. 116–120.
17. Агранович С. *Коммуникативные модели в деятельности законодательной власти региона* // Власть. 2007. № 3. С. 35–39.

REFERENCES

1. Mkrтчyan E. R. *Authorities and the civil society in Russia: issues and prospects for cooperation* // Power in Russia: theory, traditions, perspectives: Materials of the International Scientific-Practical Conference (Volgograd, June 9–10, 2000). Volgograd, 2000. P. 132–145.
2. Popov V. D. *Information society, mass-media and information policy* [Electronic resource]. URL: <http://www.informanalytic.ru/docs/4.rtf> (date of viewing: 27.11.2013).
3. Arendt H. *Vita activa, or About the active life* / Translation from German and English by V. V. Bibikhin, edited by D. M. Nosov. St. Petersburg: Aletheia, 2000. 437 p.
4. Lumen N. *Power* / Translation from German by Antonovsky A. Yu. M.: Praxis, 2001. 256 p.
5. Habermas J. *Democracy. Mind. Morality* / Translation from German by A. V. Mikhailov, V. I. Kononov. M.: Nauka, 1992. 176 p.
6. Efremova T. F. *New dictionary of the Russian language. Explanatory and word-formative*. M.: The Russian language, 2000. 636 p.
7. *Soviet encyclopedic dictionary* / Edited by A. M. Prokhorov. M.: Soviet encyclopedia, 1985. 1600 p.
8. *Concise dictionary of logic* / Edited by D. P. Gorsky. M.: Education, 1991. 208 p.
9. Gott V. S., Semeniuk E. P., Ursul A. D. *The social role of the information science*. M.: Knowledge, 1987. 64 p.
10. Bayandin A. V. *What is information?* // Researches of the natural sciences [Electronic resource]. URL: <http://science.snauka.ru/2012/04/234> (date of viewing: 27.11.2013).
11. Rezaev A. V. *Communication paradigm. Look from the perspective of social philosophy*. SPb.: Publishing house of SPbGU, 1993. P. 214.
12. Shibutani T. *Social psychology*. M.: Progress, 1999. 544 p.
13. Nazarchuk A. V. *Society as the communication in the works of Niklas Lumen* // Problems of philosophy. 2006. # 6. P. 156–173.
14. Sharkov F. I. *Fundamentals of the theory of communication*. M.: Publishing House «Perspective», 2002. 246 p.
15. Poltavskaya M. B. *Communicative and symbolic side of the election campaign* // Communicative technologies in education, business, politics and law: The Man and his discourse-3 / Editor-in-chief Zheltukhina M. R. Volgograd: PrinTerra, 2007. P. 340–349.
16. Kuzevanova A. L. *Image as a control object* // Business. Education. Law. Bulletin of the Volgograd Business Institute. 2009. # 9. P. 116–120.
17. Agranovich C. *Communicative models in the activities of the legislature of the region* // Authority. 2007. # 3. P. 35–39.