

Салтымурадова Диана Игоревна

ТРАНСФОРМАЦИЯ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ СМЕНЫ ВЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА - ГОРОД ВОЛЖСКИЙ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)

В статье раскрываются сущность и значение информационной политики в системе местного самоуправления. На примере администрации городского округа - город Волжский Волгоградской области - рассматривается процесс трансформации информационно-коммуникативной деятельности в условиях смены власти. На основе анализа данных, полученных в ходе социологического исследования, автор определяет ключевые проблемы информационной политики данного муниципалитета, а также дальнейшие перспективы ее развития.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2014/4-2/44.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 4 (42): в 2-х ч. Ч. II. С. 169-173. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2014/4-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

Список литературы

1. **Аксаков К. С.** О народе и народности [Электронный ресурс]. URL: <http://golos.ruspole.info/node/3420> (дата обращения: 20.01.2014).
2. **Вехи:** сборник статей о русской интеллигенции. М.: Азбука, 2011. 320 с.
3. **Гегель Г. В. Ф.** Лекции по философии истории. СПб.: Наука, 1993. 477 с.
4. **Гегель Г. В. Ф.** Философия права. М.: Мысль, 1990. 524 с.
5. **Данилевский Н. Я.** Россия и Европа. М.: Книга, 1991. 574 с.
6. **Корягин А. Н.** О понимании онтологии в древнегреческой философии // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 11 (37): в 2-х ч. Ч. II. С. 78-80.
7. **Манхейм К.** Диагноз нашего времени. М.: Юрист, 1994. 704 с.
8. **Потёмкина Т. В.** Становление русской идеи как основы национального самосознания русского народа: история и современность: автореф. дисс. ... к. филос. н. Краснодар, 2006. 46 с.
9. **Хантингтон С.** Столкновение цивилизаций. М.: АСТ, 2007. 576 с.
10. **Чаадаев П. Я.** Философические письма // Чаадаев П. Я. Полное собрание сочинений и избранные письма. М.: Наука, 1991. Т. 1. 323 с.
11. **Bobică N.** L'Etat comme objectivation de l'Idée Ethique: Platon et Hegel // Acta Universitatis Danubius. Galati: Juridica, 2006. 2 (1).
12. **Le Goff J.** La Civilisation de l'Occident médiéval. P.: Flammarion, 2008. 370 p.

“CONCEPT OF STATE” AND “CONCEPT OF NATION” AS PHILOSOPHICAL CATEGORIES

Rubtsova Mariya Vladimirovna, Doctor in Sociology
Saint Petersburg State University
abc33@yandex.ru

Keksin Aleksandr Igorevich
National Mineral Resources University (University of Mines)
keksin.a@mail.ru

The article reveals the correlation and hierarchy of the notions “concept of state” and “concept of nation”. State is considered as a visual superficial part of nation. That’s why it’s shown that appealing exceptionally to the concept of state may lead to false conclusions about the condition of nation. Thereby the notion of “concept” and its revelation in the concepts of state and nation are suggested. Each of them has its own objective in the general development of the country, and only their profound study allows revealing its true value and historical meaning.

Key words and phrases: concept; state; nation; value; category.

УДК 352.075

Социологические науки

В статье раскрываются сущность и значение информационной политики в системе местного самоуправления. На примере администрации городского округа – город Волжский Волгоградской области – рассматривается процесс трансформации информационно-коммуникативной деятельности в условиях смены власти. На основе анализа данных, полученных в ходе социологического исследования, автор определяет ключевые проблемы информационной политики данного муниципалитета, а также дальнейшие перспективы ее развития.

Ключевые слова и фразы: муниципальное управление; органы местного самоуправления; информационная политика; информационная открытость; средства массовой информации; двусторонняя симметричная коммуникация; имидж власти; информационное законодательство; информационные технологии.

Салтымурадова Диана Игоревна

*Волгоградский филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ*
sdianai95@rambler.ru

**ТРАНСФОРМАЦИЯ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ
В УСЛОВИЯХ СМЕНЫ ВЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА –
ГОРОД ВОЛЖСКИЙ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)[©]**

Муниципальная информационная политика – это совокупность принципов, норм и практических действий по управлению информационными процессами в рамках муниципального информационного пространства в целях обеспечения информационных потребностей и интересов органов местного самоуправления и

гражданского общества, а также установления тесных информационно-коммуникативных связей и конструктивного диалога между ними.

Информационная политика является важной и неотъемлемой частью общей политики органов местного самоуправления и охватывает все сферы жизнедеятельности муниципального образования [5, с. 2].

С практической точки зрения, информационная политика призвана определять стратегию, направления, принципы и механизмы информационной деятельности, формировать и направлять коммуникативные усилия органов власти по отношению к общественности и СМИ в нужном направлении, отвечающем интересам как самих органов власти, так и общественности. Не следует забывать и о таком важнейшем направлении информационной политики как формирование информационного пространства, способствующего развитию локальной территории.

В современных условиях трудно переоценить значение муниципальной информационной политики, играющей важную роль в процессе обеспечения информационной открытости исполнительно-распорядительного органа местного самоуправления. Не менее важным результатом данной деятельности является формирование конструктивного диалога и доверительных отношений власти и общества, а также положительного образа местной власти и территории в коммуникативном пространстве региона и страны в целом.

Информационная политика в современных условиях является одним из факторов, который обеспечивает участие граждан в решении вопросов местного значения, способствует повышению уровня доверия к власти. Кроме этого, позволяет в полную меру использовать информационные ресурсы, коммуникативный потенциал органа власти, имиджевые стратегии, а также механизмы «обратной связи».

Посредством установления партнерских отношений власти и общества, направленных на совместное решение вопросов в интересах большинства, информационная политика, так или иначе, способствует повышению эффективности местного самоуправления в целом.

Однако, несмотря на признанную ученым сообществом значимость информационной политики, руководство не всех муниципальных образований в Российской Федерации отводит данной деятельности важную роль. Это затрудняет реализацию информационной политики, оказывает негативное влияние на её характер, препятствует информационной открытости, снижает уровень доверия населения к органам власти, сводит к минимуму возможность построения эффективной коммуникации в системе «власть – СМИ – общество».

Недопонимание важности информационно-коммуникативной деятельности, которая в современных условиях становится стратегическим направлением процесса управления, является губительным для местного самоуправления, наносит существенный ущерб имиджу местной власти, его руководителю и территории в целом, формирует негативное общественное мнение.

Подобная ситуация сложилась в городском округе – г. Волжский в период с 2009 по 2013 гг. На протяжении последних четырех лет информационная политика городского округа – г. Волжский находилась в состоянии стагнации и реализовывалась только в направлении информирования населения о деятельности местной власти, тогда как установлению доверительных отношений, конструированию публичной дискуссионной площадки, формированию единого информационного пространства, а также имиджа городского округа, внимание не уделялось. Руководство города, избранное на муниципальных выборах 2009 г., слабо осознавало важность эффективной информационной политики и отводило незначительную роль реализации и развитию информационно-коммуникативного потенциала власти. Опыт коммуникации власти и общества, наработанный с 2001 по 2009 годы, в условиях новой власти оказался невостребованным и был утрачен. Наступил этап стагнации информационно-коммуникативной деятельности. Изменился не только характер информационной политики, механизмы ее реализации, но, что самое главное, была потеряна её идеологическая составляющая.

Недопонимание сущности информационной политики, отсутствие осознания стратегической важности данного направления информационно-коммуникативной деятельности привели к тому, что она приобрела бессистемный характер, осуществлялась интуитивно, не опираясь на существующие научные представления в данной сфере, потеряла ориентиры, стратегические цели и задачи. Отсутствовала стратегия действий администрации по созданию единого информационного пространства и управлению им, по выстраиванию конструктивного диалога с общественностью и СМИ, по формированию имиджа главы муниципалитета и самого города Волжского.

Тем не менее, при администрации города функционировало и продолжает функционировать управление по информационной политике, которое является непосредственным субъектом информационной политики городского округа – г. Волжский. В своей деятельности оно руководствуется муниципальными правовыми актами (в их числе распоряжение администрации городского округа – г. Волжский «О реализации Федерального закона от 09.02.2009 № 8-ФЗ – Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» на территории городского округа – город Волжский Волгоградской области» от 18 июня 2010 г. № 216-р, постановление Главы городского округа – город Волжский «Об утверждении порядка организации доступа к информации о деятельности администрации городского округа – город Волжский и ее структурных подразделений» от 13 августа 2010 г. № 753-ГО и др.).

Однако до последнего времени муниципальные правовые акты составляли лишь законодательное поле информационно-коммуникативной деятельности администрации, тогда как её стратегические ориентиры не были определены, поскольку концепция информационной политики на территории городского округа – город Волжский отсутствовала. В результате, сегодня говорить об эффективно реализуемой информационной политике невозможно, поскольку не конкретизированы ее стратегические цели, основные задачи, направления и принципы. Отсутствие концепции привело к рассогласованности целей, непониманию её сущности и

назначения. Не была определена специфика информационной политики на территории г. Волжского с учетом исторических, социальных, культурных и других особенностей данного муниципального образования.

Отсутствие данного документа говорит, прежде всего, о непонимании роли информационно-коммуникативных связей в деятельности органа местного самоуправления. Свидетельством этому стали результаты социологического опроса, проведенного автором в 2011 г. Полученные данные показали, что деятельность местной администрации никак не способствовала формированию конструктивного диалога с местным сообществом, установлению доверительных отношений и контроля над городским информационным пространством. Большая часть опрошенных (45%) выразила недоверие к органам местного самоуправления: 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. 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.

Используемые попытки установления «обратной связи» с общественностью носили формальный характер. Решения, принимаемые по итогам встреч с населением, гражданских форумов, «круглых столов», не получали практического воплощения, резолюции оставались по большей части не исполненными, что значительно снижало уровень доверия к власти и желание населения вступать с ней в партнерские отношения, а также принимать участие в местном самоуправлении. Всё это способствовало повышению уровня гражданской пассивности, а коммуникативный потенциал органа местного самоуправления оставался в полной мере нереализованным.

Несмотря на видимую слаженность информационной деятельности администрации г. Волжского, ее информационные усилия были не вполне эффективны, так как 65% респондентов, участвовавших в опросе, полагают, что деятельность администрации освещается недостаточно. С мнением населения солидарны и журналисты, оценившие действия администрации города по информированию как не вполне достаточные (53%).

Информационная политика носила хаотичный характер также по причине частой смены должностных лиц, осуществляющих непосредственное руководство данным направлением деятельности. Отсутствие преемственности, отказ от опыта, наработанного в прежние годы, а также различные взгляды лиц, занимающих должность начальника управления по информационной политике, на сущность последней, приводили к тому, что часто менялся характер, механизмы и направления информационно-коммуникативной деятельности.

К минимуму было сведено значение самого управления по информационной политике. Не была осознана и востребована его роль как связующего звена, «посредника, коммуникатора» [4] во взаимоотношениях местной власти и общественности, обеспечивающего «обмен социально-политической информацией» [2].

До 2009 г. важность возложенных на управление функций, обуславливала его ведущую позицию в структуре администрации, поскольку управление имело непосредственное подчинение Главе городского округа – г. Волжский. Однако позиция ведущего подразделения, отвечающего за стратегическое направление деятельности органа местного самоуправления, была потеряна. Его назначение было сведено лишь к информированию о деятельности администрации. Количество сотрудников значительно сократилось (с 12 до 5 человек), возросла нагрузка, появились обязанности, являющиеся по отношению к задачам и функциям управления косвенными (например, осуществление документооборота, организационное сопровождение мероприятий и т.д.).

Это, в свою очередь, отрицательно сказалось на эффективности информационной политики городского округа, которая стала носить односторонний характер. Внимание, в основном, уделялось освещению деятельности самой администрации, нежели чем конструированию «публичной дискуссионной площадки» и формированию доверительных отношений с общественностью. Кроме этого, не ставилась задача формирования единого информационного пространства, конструируемого в интересах сообщества и территории. Как показала практика, городское информационное пространство формировалось внешними факторами, заинтересованными в снижении уровня доверия к органам власти, в отрицательном отношении общественности к деятельности руководства муниципалитета, в формировании негативного имиджа Главы администрации.

«Повестка дня» городских средств массовой информации управлением по информационной политике не формировалась. Проблемные вопросы, порой противоречащие действительности, поднимались оппозиционными СМИ. Местной власти приходилось реагировать на них по факту распространения информации в газетах и на Интернет-сайтах. Попытки предотвратить «информационную атаку» оппозиционных СМИ посредством публичного обсуждения проблемного вопроса, заблаговременного предоставления официальной информации (достоверной, актуальной и не подлежащей сомнению), не предпринимались. Подобная ситуация возникла в начале 2013 года. В городских СМИ активно обсуждался вопрос обеспечения бесплатным молоком детей в возрасте до 3 лет. Статьи в оппозиционно настроенных и нейтральных СМИ носили негативный характер и были вызваны слухами о возможном прекращении выдачи молока. Резко возросла критика администрации. Акторы, заинтересованные в падении рейтинга местной администрации, активно формировали общественное мнение о социально неответственной власти способной лишить грудных детей бесплатного молока. Информационное пространство города активно заполнялось недостоверной информацией, вызывающей недовольство населения. Большая часть распространяемой информации имела характер слухов.

Несмотря на то что в городском округе велась активная работа по сохранению данного вида социальной поддержки, информация об этом крайне неактивно доводилась до сведения населения. Так и не была проведена широкая информационная кампания, разъясняющая населению действительные причины сбоя в обеспечении молоком и, что самое главное, демонстрирующая результат работы администрации – г. Волжский

стал единственным в регионе городом, в котором по решению местной власти были сохранены молочные кухни. Широкого освещения не получил вопрос о том, что в г. Волжском ситуацию с закрытием молочных кухонь власть не оставила без внимания, даже несмотря на то, что обеспечение питанием детей раннего возраста не является обязательством городского округа. Распространенные слухи нанесли определенный урон рейтингу местной власти. Следует отметить, что «слухи образуются там, где есть информационный вакуум, который тут же начинает заполняться домыслами. Еще хуже, если информация неоднозначная. Она может по-разному интерпретироваться, трансформироваться и породить новые слухи» [3].

Возможность информационной атаки по данной теме должна была быть предугадана заранее, поскольку проблема назревала постепенно и в любой момент могла привлечь внимание общественности. Вопрос должен был быть поднят местной властью заблаговременно, предвосхищая слухи. Достоверную информацию, разъяснения следовало довести до сведения населения из первых уст, через официальные источники, посредством широкой информационной кампании. Это сохранило бы рейтинг руководства муниципалитета на прежнем уровне, укрепило бы образ социально ответственной власти, проявляющей заботу о благополучии граждан.

Без внимания оставалось и такое, не менее важное направление информационной политики, как формирование имиджа г. Волжского и его мэра. Важно помнить, что «при отсутствии системы согласованных действий, направленных на формирование имиджа власти, образ будет сформирован стихийно на основе собственных оценок и интерпретаций целевой аудитории. Чтобы избежать нежелательной или негативной реакции, необходимо воздействовать на аудиторию целенаправленно» [1].

До 2009 года в г. Волжском активно поддерживался образ самого благоустроенного города России, города-сада, возведенного первостроителями. После выборов 2009 г. вопрос управления имиджем потерял свою актуальность. Между тем, усилия по формированию имиджа власти могут дать определенные преимущества и обеспечить городу приток инвестиций, лучших трудовых ресурсов, а также лояльность граждан и федеральной власти. В г. Волжском власть не осознавала важности формирования положительного образа. За последние четыре года муниципалитет так и не достиг видимых успехов в продвижении своего имиджа.

Недостаточное внимание администрация города Волжского уделяла также использованию в своей деятельности информационных технологий, в частности, развитию и продвижению официального сайта [6].

Помимо выстраивания непосредственного диалога с населением (личные встречи, выступления) руководству следовало обращать большее внимание на использование интерактивных способов информационного обмена и взаимодействия в сети Интернет. В настоящее время Интернет стал играть все большую роль в вопросе открытого взаимодействия власти и общества. Тем более, что непосредственно для жителей г. Волжского Интернет является важным источником информации: 59% респондентов часто прибегают к получению информации посредством сети Интернет. Однако при ответе на вопрос: «Как часто Вы посещаете официальный сайт администрации г.о. – г. Волжский?», – 45% респондентов ответили «совсем не посещаю», 35% – «не часто», 17% – «скорее часто, чем нет» и лишь 3% – «часто».

Низкая посещаемость официального сайта связана, прежде всего, с отсутствием комплексной политики его продвижения, качественного дизайна, удобной навигации, а также с его низкой функциональностью. В 2012 г. была предпринята попытка развития официального сайта. Однако незначительному изменению подвергся лишь его дизайн, тогда как внутреннее содержание, структура и навигация остались без изменения. Сайт по-прежнему отличается низкой интерактивностью, не удобен для пользователя и не располагает достаточной и актуальной информацией. В этой связи особенно важным является совершенствование официального сайта администрации в направлении повышения его интерактивности и информационной насыщенности. В современных условиях Интернет-сайт – перспективный информационно-коммуникативный канал, на развитии которого должен быть сделан особый акцент. Только с помощью модернизации официального сайта представляется возможным расширение коммуникативных каналов между властью и населением, обеспечение более эффективного механизма «обратной связи». В значительной степени из муниципальных сайтов выделяются те, где есть оригинальные имиджевые наработки, используются новшества, применяются разнообразные механизмы «обратной связи», подходы к повышению эффективности коммуникации власти и общества.

Таким образом, с 2009 г. в информационной политике города наблюдалось отсутствие преемственности, а также понимания сущности и значения данного направления деятельности местных властей. Односторонняя коммуникация с населением привела к падению доверия населения и имиджа местной власти. В сентябре 2013 г. состоялись выборы Главы городского округа. С избранием нового мэра наблюдается трансформация муниципальной информационной политики. Новое руководство города осознает и признает важность построения двусторонней симметричной коммуникации, доверительных отношений в системе «власть – общество», конструктивного взаимодействия с населением, привлечения граждан к участию в решении вопросов местного значения и формирования положительного имиджа городского округа для повышения его инвестиционной привлекательности и укрепления позиции в рейтинге российских городов.

Первые месяцы после выборов продемонстрировали стремление нового руководства к изменению массового сознания населения в сторону активного участия в местном самоуправлении, развитию партнерских отношений с местным сообществом. Задачей руководства, в данном случае, является привлечение граждан общества к решению общегородских проблем, а также формирование положительного образа власти (ответственная власть, власть-партнер, власть-помощник). Информационно-коммуникативная деятельность переориентирована на интерактивность и открытость.

Список литературы

1. **Блашенкова В. С.** Правильный имидж муниципальной власти: как это делается [Электронный ресурс] // Губернский. 2010. № 2. URL: <http://www.concretica.ru/publications/single/browse/2/article/6/208/> (дата обращения: 20.12.2013).
2. **Денисова Н. А.** Информационный потенциал пресс-службы в формировании имиджа региона [Электронный ресурс]: автореф. дис. ... к. полит. н. // <http://www.dissercat.com/content/informatsionnyi-potentsial-press-sluzhby-v-formirovani-iimidzha-regiona> (дата обращения: 20.12.2013).
3. **Москвина Е. А.** Как из мухи раздуть слухи? [Электронный ресурс] // Информационная война и конкурентная разведка. URL: http://ru-ci.ru/Kak_iz_mukhi_razdutt_Slukhi.html (дата обращения: 20.12.2013).
4. **Самохина А. А.** Служба связей с общественностью в органах местного самоуправления [Электронный ресурс]: становление и функционирование // Наука, образование, общество: интернет-журнал САХГУ. URL: <http://journal.sakhgu.ru/archive/2005-02-6.doc> (дата обращения: 20.12.2013).
5. **Юсупов Р. М.** О концептуальных основах региональной информационной политики [Электронный ресурс] // Интернет и современное общество: труды X Всероссийской объединенной конференции, 2007. URL: http://www.aselibrary.ru/datadocs/doc_690xe.pdf (дата обращения: 20.12.2013).
6. <http://www.admvol.ru> (дата обращения: 15.03.2014).

TRANSFORMATION OF MUNICIPAL INFORMATION POLICY UNDER CONDITIONS OF CHANGE OF POWER (BY EXAMPLE OF ADMINISTRATION OF URBAN DISTRICT – VOLZHISKY TOWN IN VOLGOGRAD REGION)**Saltymuradova Diana Igorevna***Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Branch) in Volgograd
sdianai95@rambler.ru*

The article reveals the essence and meaning of information policy in local government system. By the example of the administration of the urban district – Volzhsky town in Volgograd region the process of the transformation of informative-communicative activity under the conditions of power change is considered. Basing on the analysis of the data gathered during social study the author determines the key problems of the information policy of this municipality as well as the further perspectives of its development.

Key words and phrases: municipal administration; local self-government authorities; information policy; informative transparency; mass media; bilateral symmetric communication; authority image; information legislation; information technologies.

УДК 34.01

Юридические науки

Статья посвящена анализу международно-правовых воззрений М. А. Бакунина – известного философа, революционера, анархиста. Современное ему государство М. А. Бакунин считал военным, преследующим цель завоевания. Мыслитель отрицал роль юридических начал в регулировании международных отношений, полагая, что международное право противоречит принципу суверенности государств. В статье рассматриваются взгляды М. А. Бакунина на войну, роль Российской империи в международной жизни, перспективы создания всемирного государства.

Ключевые слова и фразы: М. А. Бакунин; международное право; война; завоевание; право национальности; Российская империя; всемирное государство.

Сафронова Елена Викторовна, д.ю.н., профессор**Черепанова Валерия Валерьевна***Белгородский государственный национальный исследовательский университет
elena_safronova_2010@mail.ru; v.cherepanova@belgorod.gazpromlpg.ru***МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В ТВОРЧЕСТВЕ М. А. БАКУНИНА[©]**

В современной литературе уделяется пристальное внимание анализу социально-политических взглядов известного русского философа, анархиста М. А. Бакунина, предпринимаются попытки проследить эволюцию его мировоззрения, рассматриваются предложенные им проекты устройства безгосударственного общества [11]. Вместе с тем, вне зоны активного исследовательского интереса незаслуженно оказалась часть творческого наследия мыслителя, посвященная международно-правовой проблематике, определению основ межгосударственных отношений.

Для М. А. Бакунина государство – это «самое вопиющее, самое циничное и самое полное отрицание человечности» [5, с. 92]. Основу для этого вывода составляло отношение не к собственным гражданам, а к другим субъектам международного общения. Стать самым могущественным – вот главная цель, к которой стремится любое государство независимо от формы правления или территориального устройства. Ради этого

[©] Сафронова Е. В., Черепанова В. В., 2014