

Ю. Н. Шестун

*Аспирант,
jul.alex@list.ru*

*Кафедра непроизводственной сферы
и социальных технологий,
Академия труда и социальных отношений,
Москва, Российская Федерация*

П. И. Ананченкова

*Кандидат экономических наук, доцент,
apanchenkova@yandex.ru*

*Кафедра непроизводственной сферы
и социальных технологий,
Академия труда и социальных отношений,
Москва, Российская Федерация*

Информационно-коммуникационное обеспечение деятельности органов государственной власти: теоретические аспекты

***Аннотация.** В статье рассматриваются специфические особенности коммуникационного взаимодействия в системе органов власти. Авторами сделан вывод, что возможности общественных связей могут быть использованы в целях повышения открытости государственного и муниципального управления и приближения к интересам граждан. Закрытость органов управления, недостаточное или неэффективное взаимодействие с общественностью приводят к отчуждению людей от власти, что может стать предпосылкой социальных потрясений.*

***Ключевые слова:** государственная и муниципальная власть, коммуникации, управление.*

J. N. Shestun

*Postgraduate student,
jul.alex@list.ru*

*Department of of non-productive sphere
and social technologies,
Academy of labor and social relations,
Moscow, Russian Federation*

P. I. Ananchenkova

*Cand. Sci (Econ.),
ananchenkova@yandex.ru*

*Department of of non-productive sphere
and social technologies,
Academy of labor and social relations,
Moscow, Russian Federation*

Information and communication ensuring of activity of bodies of state power: theoretical aspects

***Annotation.** The article considers specific features of communication in the system of government. The authors concluded that the ability of public relations can be used to enhance the openness of state and municipal administration closer to the citizens' interests. The closeness of controls, insufficient or ineffective interaction with the public leads to alienation of people from power, which can be a prerequisite of social upheaval.*

***Keywords:** state and municipal authorities, communication, management.*

Современные условия социально-экономического развития экономики обуславливают активное развитие информационного обеспечения процесса управления. Информация становится предметом труда во всех сферах управления.

Информация – это сведения об окружающем мире, состоящим из объектов, явлений, событий, процессов и т.д., благодаря которым уменьшается степень неопределенности и пробелы в знаниях. То есть, информация несет не любые сведения, она передает новые знания, которые уменьшают имеющуюся неопределенность.

Информация присутствует вне ее создателя, являясь отчужденным от ее создателя знанием. Знание – отражение действительности в мышлении человека.

Информация характеризуется следующими признаками:

- 1) количеством, состоящим из объема информации;
- 2) информационным массивом, представляющим собой упорядоченную по определенным признакам совокупность различных видов информации, используемой органами управления;
- 3) качеством, заключающимся в ее сложности и разнообразии, которые обусловлены объектами информации, и оценивающимся параметрами: корректность, непротиворечивость, точность, оперативность и др.;

4) потоком, являющимся последовательностью прохождения и движения информации.

Информация передается по каналам общественной коммуникации, а хорошо отлаженное коммуникационное обеспечение свидетельствует об эффективности управления.

Коммуникация — это сложный процесс обмена информацией, состоящий из взаимозависимых шагов, направленных на понимание смыслового значения между двумя и более людьми. Происхождение термина «коммуникация» берет начало от латинского слова «communicare», означающее «делать общим, связывать, общаться». Основная цель коммуникационного процесса заключается в обеспечении понимания смысла информации, которая является предметом обмена, т. е. сообщений.

Коммуникация и информация — взаимосвязанные понятия по сущности, но разные по процессу. В процессе передачи информации лицо, передающее сообщение устанавливает взаимность с получателем информации, поэтому коммуникация определяется не просто как передача информации, а достижение понимания с использованием общих символов. Так, экономисты Виханский О.С., Наумов А.И. считают, что коммуникация, в отличие от информации, включает в себя и то, **что** передается, и то, **как** это передается ¹.

В основе информационного взаимодействия любой организационной структуры с внешней и внутренней средой лежат следующие коммуникационные процессы: взаимный обмен единицами информации; скоординированное взаимодействие по поводу обмена единицами информации; совместное принятие решений по поводу взаимного обмена единицами информации; реализация принятых решений; стратегическое планирование информационных обменов на перспективу; и пр.

Государственная власть (в том числе и на муниципальном уровне) — это система законодательных, исполнительных и судебных органов, призванных обеспечивать жизнедеятельность населения, развитие экономики, культуры, науки и образования, функционирование политической и социальной сфер общества ².

Специфика коммуникационного взаимодействия в системе органов власти базируется на понимании того, что власть представляет собой систему публичного управления, что означает, что, с одной стороны, информационно-коммуникационные потоки распространяются

¹ Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. — 3-е изд. — М.: Экономика. 2003. — 528 с.

² Шепель В.М. Коммуникационный менеджмент. — М.: Гардарики, 2004. С. 197–198.

горизонтально: от источника информации – органа власти – в направлении целевых аудиторий: групп общественности, бизнеса, иных органов публичного управления; а с другой – поскольку система государственной власти представляет собой вертикально-иерархическую структуру, информационный обмен также осуществляется и по вертикали: от федерального уровня к региональному, далее – к муниципальному и обратно.

Проблему открытости информации в системе публичного управления затронул в своем Послании Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации Президента Российской В.В. Путин в 2002 г., акцентируя внимание на том, что: «Следует определиться с четким перечнем информации, которую госорганы обязаны делать публично доступной. И этот перечень должен быть утвержден законом. Это нужно и для развития гражданского общества, и для формирования цивилизованной предпринимательской среды»³.

Савинова О.Н. в своей диссертации «Власть и общество: деятельность служб по связям с общественностью в российских региональных органах управления» сделала важное заключение о том, что «функции государства с неизбежностью включают в себя функции управления «связями с общественностью», порождают специальные государственные и муниципальные структуры, призванные оптимизировать эти связи, соотносить их с управленческими целями органов власти»⁴. Иными словами, коммуникационная политика органов публичного управления осуществляется посредством специальной структурной единицы – департамента (отдела, службы и пр.) по связям с общественностью (общественных связей и пр.), основная задача которого – координация информационно-коммуникационных потоков.

Публичное управление, не имеющее в своем арсенале структуры, регулирующих информационное пространство, рискует оказаться в ситуации, когда информационно-коммуникационные потоки будут распространяться стихийно, зачастую с искажениями, что приведет к информационному кризису. И наоборот: эффективно функционирующая служба по связям с общественностью обеспечивает прогнозируемые

³ Послание Президента Российской Федерации В.В.Путина Федеральному Собранию Российской Федерации, 18 апреля 2002 года, Москва // URL: www.up.mos.ru/pp.htm.

⁴ Савинова О.Н. Власть и общество: деятельность служб по связям с общественностью в российских региональных органах управления: Диссертация в виде научного доклада на соискание ученой степени доктора политических наук. – М.: РАГС, 1998. С. 12.

коммуникационные результаты, эффективность взаимодействия власти и общества.

По нашему мнению, в наибольшей степени в эффективной работе по связям с общественностью заинтересована муниципальная власть, поскольку медиа-лица, ее обеспечивающие, не так далеки от народа, как представители федеральной власти. Мэр города, глава администрации района избираются жителями, которые хорошо знают своих кандидатов, зачастую даже на уровне межличностного общения. Соответственно, муниципальная власть (через соответствующую деятельность конкретных органов) в зависимости от целей и задач коммуникационной политики должна «усиливать составные элементы тех, или иных факторов, являющихся наиболее значительными в представлении целевой аудитории»⁵.

Основная задача системы общественных связей в структурах муниципального управления, способствующая повышению эффективности муниципальных услуг и повышению удовлетворенности жителей, – информирование населения. Для успешного выполнения этой задачи необходимо в максимальной мере задействовать все имеющиеся коммуникационные каналы (таблица 1).

Таблица 1

Коммуникативные каналы, используемые для информирования населения

Задача коммуникационного воздействия	Содержание	Особенность реализации	Примечание
Аккумуляция информации о деятельности своей государственной структуры	Мониторинг новостных поводов и актуальных сведений о работе соответствующих подразделений и структур	На муниципальном уровне сбор информации существенно упрощен за счет емкой структуры публичного управления и более простых каналов взаимодействия между отдельными подразделениями и службами	Эффективность решения задачи зависит от «доступа» к первым лицам
Организация эффективной публикации официальных документов организации	Публикация органами муниципального управления официальной хроники, распоряже-	Хотя, как правило, такие публикации являются чисто формальными, можно попытаться и их сделать	Необходимо давать интересные и взвешенные комментарии к официальным документам организа-

⁵ Ананченкова П.И. Имидж как фактор конкурентоспособности высшего учебного заведения. – М.: ИД «АТиСО», 2013. С. 133.

Задача коммуникационного воздействия	Содержание	Особенность реализации	Примечание
	ний, законов и пр.	коммуникационным инструментом.	ции, понимая их как повод лишний раз напомнить о себе
Регулярное взаимодействие с локальными и региональными средствами массовой информации	Прежде всего – подготовка и распространение информационных пресс-релизов для СМИ, а также высказывание по различному поводу точки зрения организации. Подготовка мероприятий для СМИ	Создание информационных поводов. Организация и подготовка выступлений должностных лиц системы муниципального управления в СМИ (в том числе в качестве экспертов-комментаторов по различным поводам). Организация «прямых линий» (телефонных или интернет-конференций) для связи с населением	Многие представители государственных органов власти, особенно региональных, предпочитают оставаться непубличными, поэтому их нужно убеждать давать комментарии и становиться медиаперсоной, что может быть непростой задачей
Организация спецвыпусков, посвященных деятельности организации, на телевидении, радио и в печати	Такого рода выпуски, как правило, приурочены к юбилейным датам или профессиональным праздникам. Другой случай – появление постоянной рубрики в СМИ	Следует помнить, что спецвыпуски выходят в масс-медиа, рассчитанных на массовую аудиторию, поэтому их разумно делать органам муниципальному управлению, работающим с большинством населения	Читателей оттолкнет простое перечисление профессиональных успехов. Привлечь их удастся интересными фактами и нестандартным изложением.

Источник: составлено авторами.

История взаимоотношений российской власти и народа позволя-ет не только определить отечественную модель политической комму-никации вне параметров «догоняющей модели развития», но и увидеть перспективы ее трансформации на современном этапе.

Коммуникационная политика заключается в выборе перспектив-ного курса действий системы управления, направленного на планиро-вание и взаимодействие системы со всеми субъектами на основе рацио-нальной стратегии использования комплекса коммуникативных средств, позволяющих обеспечить стабильное и эффективное формирование спроса и продвижения предложений в обществе с целью удовле-творения потребностей граждан.

На современном этапе развития информационного пространства России еще не сложилась единая точка зрения на содержание государ-

ственной коммуникационной политики и на ее значимость в роли важной комплексной задачи публичного управления. Обособленностью и слабой координацией государственной политики в таких сферах, как массовая информация, информатизация, телекоммуникация и связь, информационная безопасность и международный информационный обмен, обусловлено отсутствие в настоящее время единых стратегических целей и методологических основ управления коммуникационной сферой. Однако, в последнее время обозначилась тенденция комплексного, системного подхода к разработке концепции государственной коммуникационной политики.

Характером, вытекающим из специфики государственности власти, обусловлено формирование своеобразного пространства политической коммуникации в системе «власть — общество». Народ, с одной стороны, ожидал от властных структур конкретной помощи и поддержки, а с другой, испытывал по отношению к ней страх и недоверие. Не менее двойственным было отношение к власти и со стороны образованного общества. Все эти факторы способствовали мифологизации сферы политики и персонализации власти. В итоге в системе политической коммуникации России руководящие личности всегда играли ведущую роль, а институты — периферийную. Кроме того, отношение к власти в России всегда было двунаправленным: на власть верховную и власть на местах. Если первая с веками приобрела признаки священности, то вторая всегда оставалась виноватой.

Необходимо подчеркнуть, что с помощью активного и масштабного проникновения в Российскую Федерацию многочисленные западные фонды планировали, в первую очередь, разрушить сложившейся устаревшей системы коммуникации власти и общества. Прежде всего, предполагалось установление контроля над образованием и информацией, пересмотр истории и дискредитация Русской православной церкви, поддержка сепаратизма, которая прикрывалась кампанией по защите прав человека. Именно этот фактор объясняет политику фондов, нацеленную на взаимодействие не с центральной властью, а с региональной.

Разумеется, в настоящее время нельзя отрицать положительную динамику в становлении коммуникационного пространства в сфере публичного управления, сформированного благодаря развитию информационных технологий, которые начиная с 1980-х годов, активно проникали в сферу государственного управления и политической коммуникации. Этому сопутствовал также переход от директивных к косвенным методам управления, а затем к технологиям «мягкой силы», предрасположивший к формированию гибридных сетевых сообществ.

Распространение этих процессов на политическую систему современной России сделало актуальным поиск адекватных технологий государственного управления и нового формата политической коммуникабельности государства, учитывающих не только управленческие традиции и ценностные представления населения, но способствующих обеспечению национальной безопасности. Игнорирование цивилизационной и национальной специфики коммуникационного пространства, наряду с признанием политического отставания России, на практике грозит превращением политических коммуникаций в инструмент забастовок, митингов и демонстраций.

Долгосрочная стратегическая цель государственной коммуникационной политики России заключается в формировании открытого информационного общества, что в условиях глобальных направлений развития мирового сообщества выступает необходимым условием формирования и удержания политического авторитета.

Сформировать открытое коммуникационное общество в России можно только на основе построения коммуникационного пространства страны, учитывая национальные особенности и интересы, и при одновременном обеспечении безопасности в информационной сфере как на государственном, так и на международном уровнях.

Целостность коммуникационного пространства России наряду с демократическим построением ее государственности, базирующимся на конституционных принципах федеративного устройства, соблюдении равноправия субъектов федерации, разграничении полномочий между органами государственной власти РФ и ее субъектов, единства и самоопределения народов России, выделении законодательной, исполнительной и судебной власти, обеспечении открытости публичного управления, основанного на эффективных информационно-коммуникационных потоках с общественностью.

Список литературы

1. Ананченкова П.И. Имидж как фактор конкурентоспособности высшего учебного заведения. — М.: ИД «АТиСО», 2013.
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. — 3-е изд. — М.: Экономистъ. — 2003.
3. Послание Президента Российской Федерации В.В. Путина Федеральному Собранию Российской Федерации, 18 апреля 2002 года, Москва // URL: www.up.mos.ru/pp.htm.

4. Савинова О.Н. Власть и общество: деятельность служб по связям с общественностью в российских региональных органах управления// Диссертация в виде научного доклада на соискание ученой степени доктора политических наук. – М.: РАГС, 1998.
5. Шепель В.М. Коммуникационный менеджмент. – М.: Гардарики, 2004.

References

1. Ananchenkova P.I. Imidzh kak faktor konkurentosposobnosti vysshego uchebnogo zavedenija. – М.: ID «АТiSO», 2013.
2. Vihanskij O.S., Naumov A.I. Menedzhment: Uchebnik. – 3-e izd. – М.: Jekonomist#. – 2003.
3. Poslanie Prezidenta Rossijskoj Federacii V.V.Putina Federal'nomu Sobraniju Rossijskoj Federacii, 18 aprelya 2002 goda, Moskva // URL: www.up.mos.ru/pp.htm.
4. Savinova O.N. Vlast' i obshhestvo: dejatel'nost' sluzhbb po svjazjam s obshhestvennost'ju v rossijskih regional'nyh organah upravlenija// Dissertacija v vide nauchnogo doklada na soiskanie uchenoj stepeni doktora politicheskikh nauk. – М.: RAGS, 1998.
5. Shepel' V.M. Kommunikacionnyj menedzhment. – М.: Gardariki, 2004.