

*На правах рукописи*

**Скудняков Роман Владимирович**

**Взаимодействие власти и общества в Российской Федерации на региональном уровне: роль инновационных информационных технологий**

Специальность: 23.00.02 – политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени

кандидата политических наук

Нижний Новгород, 2009

Работа выполнена на кафедре международных отношений ФМО Нижегородского государственного университета им. Н.И.Лобачевского

Научный руководитель:

доктор исторических наук,  
профессор, заслуженный деятель  
науки РФ

**Колобов Олег Алексеевич**

Официальные оппоненты:

доктор политических наук,  
доцент М.А.Казаков  
доктор философских наук,  
профессор А.В. Дахин

Ведущая организация:

ГОУ ВПО «Нижегородский  
государственный лингвистический  
университет им Н.А. Добролюбова»

Защита состоится \_\_\_\_\_ 2009 г. в \_\_\_\_\_ на заседании Диссертационного совета Д 212.166.10 при Нижегородском государственном университете им. Н.И.Лобачевского по адресу: 603005, г.Нижний Новгород, ул. Ульянова д.2, факультет международных отношений ННГУ им. Н.И. Лобачевского, аудитория 315.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале фундаментальной библиотеки Нижегородского государственного университета им. Н.И.Лобачевского по адресу: 603950, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, д. 23, корп. 1.

Автореферат разослан «\_\_»\_\_\_\_\_ 2009 г.

Ученый секретарь

Диссертационного совета,  
доктор исторических наук,

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИССЕРТАЦИИ

**Актуальность темы исследования.** Характерной особенностью современного периода развития российского общества является динамичное развитие инновационных технологий. Этот процесс обусловлен не только широким внедрением в жизнь современных средств связи и систем телекоммуникации, но и политическими, а также социально-экономическими изменениями, интеграцией России в мировое сообщество, изменениями в законодательной и иных сферах. Это в свою очередь влияет на изменения общества, его политики, образа жизни людей. Развитию любой общественно-экономической системы, равно как и процессам в ней происходящим, присущи периодически возникающие дисбалансы, отклонения, нарушения и другие деструктивные явления. Их разновидностью являются социальные, политические, экономические, экологические, энергетические, демографические кризисы. Необходимость компенсации последствий деструктивных процессов порождает поиск других процессов, в основе которых должно быть нечто новое, ранее не имевшее места (не применявшееся). В качестве средства снятия последствий деструкции возникает понятие «инновационный процесс».

Инновационный процесс представляет собой преобразование новых видов и способов человеческой жизнедеятельности – инноваций - в социально-культурные нормы и образцы, обеспечивающее их институциональное оформление, интеграцию и закрепление в сфере духовной и материальной культуры общества. Инновационный процесс определяется двойственной природой инновации: как непосредственного опыта, формирующегося в рамках конкретного вида деятельности, с одной стороны, и как нового опыта, получившего, общесоциальное и общекультурное значение в качестве устойчиво воспроизводимого элемента общественной практики, явления, факта культуры — с другой.

Важной формой инновационного процесса выступает трансляция нововведений в систему культурных норм и образцов, подлежащих воспроизводству в процессе их

освоения новыми поколениями людей. В связи с этим в современных условиях возрастает роль образования, различных общественных институтов, средств массовой информации, обеспечивающих динамику, ускоренное обращение нового опыта в различных сферах общественной практики.

Комплексный характер, сложная структура этих изменений возлагает на государство и общество необходимость формировать информационное пространство, создавать условия для оперативного, полного и достоверного информационного обеспечения каждого члена общества.

Органы власти наряду со СМИ продуцируют и распространяют информацию - знание, нормы, ценности, усвоение которых необходимо и достаточно для сознательного, действительного участия в жизни государства и общества.

Между тем синхронизация управленческой и информационной деятельности достигается далеко не всегда. Принятые решения остаются нередко в пределах управляющей подсистемы, не получают поддержки в обществе. Именно поэтому управление информационным пространством выделилось в особый вид профессиональной деятельности.

Сложность этого процесса обуславливает важность изучения информационного пространства и инновационных технологий, при помощи которых СМИ используются заинтересованными субъектами пространства. Наиболее актуальным представляется изучение организационных аспектов взаимодействия государственной службы со средствами массовой информации в процессе коммуникации, институционализация сложившихся отношений между властью в лице государственных и муниципальных служащих и журналистами. Кроме того, данное исследование позволяет выявить влияние на информационное пространство таких факторов, как сложившиеся стереотипы управления, отношение субъектов информационного пространства друг к другу, особенности представления о совместной работе.

Характеризуя **степень научной разработанности выбранной темы**, следует отметить значительное количество работ, посвященных исследованию процессов коммуникации. В понимании сущности этого процесса автор опирался на работы

зарубежных теоретиков: Г. Алмонда, М. Вебера, Д. Истона, Р. Даля, К. Дойча, а также отечественных исследователей К. С. Гаджиева, М. Н. Грачева, О. А. Колобова, В. М. Сергеева, А. И. Соловьева. Большой вклад в разработку моделей политической коммуникации внесли исследования У. Липпмана, Г. Лассуэлла, П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Р. Мертона, У. Шрамма. Они определили факторы, влияющие на восприятие аудиторией информации о политических субъектах в той или иной тональности. В большинстве своем исследования содержали выводы прикладного характера, авторы констатировали многофакторность функционирования масс-медиа в системе политических коммуникаций.

Основу в аналитической разработке общих проблем коммуникации составили работы таких исследователей, как М.М. Бахтин, К.К. Колин, Ю. М. Лотман, А.Н. Леонтьев, Б.В. Марков, А.В. Соколов.

Теоретической базой изучения информационного пространства и форм влияния на него со стороны субъектов управления стала теория символического интеракционизма, в рамках которой рассмотрены подходы Д. Мида, Г. Блумера, А. Шюца.

Анализ проблем, возникших в связи с развитием новых технологий во второй половине XX века, легших в основу информационного общества, представлены в работах таких исследователей, как Д. Белл, З. Бжезинский, Д. Гэлбрайт, Г. - М. Маклюен, Ф. Махлуп, М. Кастельс, Э. Тоффлер и др.

Современные проблемы в деятельности органов государственной власти разрабатываются в работах И. А. Василенко, В.С. Комаровского, И.К. Корнеева, А.В. Короткова, Н.В. Леньшиной, В. А. Машурцева, Г. Л. Тульчинского, О. М. Роя. К исследованию коммуникативного характера власти обращаются П. Бурдьё, Э. Гидденс, Н. Луман, П. Бурдьё, Т. Парсонс. Тем не менее комплексный анализ информационного пространства, влияния органов государственной власти на его формирование пока не нашел должного места в научном поиске, необходимость чего очевидна в контексте трансформаций в информационных процессах на современном этапе модернизации российской системы государственного управления. Проблема представленного диссертационного исследования находится в ряду мало изученных вопросов.

Источники, использованные при написании данной работы, можно условно разделить на две группы.

В первую входят труды основоположников теоретической мысли, например, символического интеракционизма (Г. Блумер, Д. Мид, Т. Шибутани), феноменологического направления (А. Шюц), семиологического подхода (Ф. де Соссюр Ч. С. Пирс), представители постмодернизма (Ж. Бодрийяр М. Кастельс). Востребованными оказались функционалистская доктрина Н. Лумана и теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса и др.

Вторую группу источников составляют официальные документы государственных структур: федеральные и региональные законы и иные нормативные акты, регулирующие отдельные моменты процесса формирования информационного пространства, положения и инструкции, официальные отчеты соответствующих структур.

**Эмпирическая база исследования.** В соответствии с целью и задачами исследования для сбора эмпирического материала был разработан инструментарий, включающий проведение экспертного опроса на тему: «Основные позиции Законодательного Собрания Нижегородской области в информационном пространстве региона и перспективы их развития», проведенного в 2006-2007 годах. Данный опрос включает анализ позиций экспертов по оценке информационного пространства региона. Всего опрошено 25 человек, по 5 представителей пяти экспертных групп: представительные органы власти региона, исполнительные органы власти, СМИ, политологи и некоммерческие организации (НКО).

Законодательное Собрание Нижегородской области как объект исследования было выбрано неслучайно. Региональный парламент - высший и единственный законодательный (представительный) орган государственной власти в регионе, на котором в соответствии основным региональным законом – Уставом Нижегородской области - лежит ключевая ответственность по поддержанию стабильного развития субъекта Федерации. Более того, Законодательное Собрание имеет отношение к

реализации практически всех регулирующих функций в регионе, включая наделение полномочиями губернатора кандидатуры, вносимой Президентом РФ.

Данный опрос позволяет получить общую оценку информационной ситуации в регионе, дает представление о структуре и качественно-количественной характеристике информационного пространства Нижегородской области, об отношении коммуникаторов к применению различных информационных технологий в СМИ, характере и формах влияния властных и иных влиятельных структур на информационную политику масс-медиа. Более того, особое внимание уделяется анализу проблем и перспектив развития информационного пространства в регионе.

Предметный анализ технологий, методов и форм работы Законодательного Собрания Нижегородской области с субъектами информационного пространства позволил совместить результаты экспертного опроса и практики использования информационных технологий высшим и единственным представительным органом государственной власти региона.

Использование данного инструментария способствовало получению надежной и достоверной информации по проблеме диссертационного исследования, что позволило обосновать сделанные выводы.

**Объект исследования** – социально-политическая коммуникация в процессе взаимодействия субъектов управления информационным пространством.

**Предмет диссертационного исследования** - инновационные технологии взаимодействия в процессе управления информационным пространством, особенности их восприятия.

**Целью исследования** является изучение тенденций развития информационного пространства и взаимодействия его ключевых субъектов (акторов).

В соответствии с целью исследования в диссертации ставятся и решаются следующие **задачи**:

- проанализировать теоретические и методологические подходы к изучению коммуникации в историческом и функциональном аспектах;
- определить концептуальные подходы к функционированию средств массовой

информации в информационном пространстве;

- определить основные субъекты влияния информационного пространства и исследовать особенности их коммуникативного взаимодействия;
- выявить социально-экономические и общественно-политические факторы, влияющие на качественные характеристики информационного пространства, определить проблемы и перспективы развития информационной ситуации.
- определить специфику используемых технологий влияния органа государственной власти на информационное пространство в целях обеспечения эффективной системы информирования граждан о сути и цели принимаемых решений;
- предложить инновационные технологии, позволяющие органу государственной власти повысить эффективность информационной работы и оптимизировать влияние на информационное пространство.

**Теоретическую и методологическую основу исследования** составили комплексный подход к изучению политического процесса, опирающийся на принцип диалектики и анализа связей общего и единичного в общественном развитии; принцип сравнительно-исторический, рассматривающий динамику развития политических институтов и эволюцию политической коммуникации; принцип системности в понимании коммуникативной деятельности, предполагающий системно-компонентный аспект, в рамках которого выявляются элементы коммуникативной модели и исследуется их функциональное назначение, системно - структурный аспект, предполагающий рассмотрение связей между компонентами системы, также между элементами и системой в целом, системно - коммуникативный аспект, предполагающий исследование каналов и процессов коммуникации, обмена информационными сигналами между системой и окружающей ее средой, а также внутри системы.

Кроме того в работе использованы сравнительный метод, методы включенного наблюдения. При написании работы также были использованы социологические методы (количественный, статистический, метод вторичного социологического анализа).



**Научная новизна** исследования может быть определена исходя из следующих положений:

- Разрабатывается методическая база исследования структуры информационного пространства, выявляются условия взаимоотношений с субъектами информационного пространства;
- Представлены практические особенности функционирования информационного пространства Нижегородской области и г. Нижнего Новгорода. Созданы матрицы факторов силы и слабости информационной работы основных субъектов управления: Законодательного Собрания, администрации губернатора, представительства Президента РФ в ПФО и администрации г. Нижнего Новгорода;
- Дается авторский подход понятию «эффективность информационной работы» на примере Законодательного Собрания, основываясь на 4-х параметрах: 1) количество подготовленных информационных продуктов, 2) количество лиц / организаций / СМИ, получивших подготовленные информационные продукты, 3) количество изменений, произошедших в результате получения информационных продуктов, 4) количество инструментальных циклов, связанных с производством и использованием информационных продуктов;
- Предлагаются конкретные инновационные технологии, например, технология «взаимовыгодного сотрудничества» между СМИ, социально ответственным бизнесом, некоммерческими объединениями и органами власти, позволяющие органу государственной власти осуществлять эффективную информационную политику и оказывать существенное влияние на информационное пространство.

#### **Основные положения диссертации, выносимые на защиту.**

1. Наиболее значимыми операторами информационного пространства на региональном уровне, помимо СМИ, выступают, прежде всего, органы власти и местного самоуправления. Доминирующее положение в информационном пространстве занимает губернатор и областное правительство за счет установление контроля над СМИ через участие в собственности и назначение лояльных менеджеров и редакторов. Уступая структурам исполнительной власти

по уровню представленности в информационном пространстве, Законодательное Собрание региона обладает целым рядом специфических преимуществ, включая открытость и контактность, высокий профессионализм, новаторский подход и широкий охват работы.

2. Во многом содержание материалов СМИ определяется политическими интересами действующих субъектов управления информационного пространства - политиками местного, регионального и федерального уровней. Топ-менеджеры крупных бизнес-структур и лидеры общественных объединений также влияют на информационную ситуацию в регионе, однако в значительно меньшей степени. Аудитория СМИ остается достаточно мощным источником воздействия на информационное пространство двумя способами. Во-первых, предъявляя СМИ запрос на определенную информацию, во-вторых, являя собой ту среду, в которой формируется кадровый резерв и для самих СМИ. В настоящий момент в регионе культура потребления информации массовой аудиторией находится на низком уровне вплоть до люмпенизации аудитории и маргинализации социально-политической тематики в массовом сознании.
3. Доминирующее положение в информационном пространстве занимают СМИ федерального уровня, в особенности телевидение. С одной стороны, это задает образец для подражания региональным СМИ, но, с другой стороны, не стимулирует их рост и развитие, подрывает способность к самосовершенствованию.
4. При реализации общественно значимых информационных проектов использование СМИ исключительно как транслятора, канала доставки информационных сообщений значительно снижает потенциал «четвертой власти». Данный потенциал может быть существенно расширен, если орган государственной власти привлекает СМИ к реализации совместного информационного проекта в качестве соорганизатора, полноправного партнера.
5. Эффективность влияния органа государственной власти на информационное пространство значительным образом зависит не просто от качества применяемых информационных технологий, но прежде всего от качества работы самой пресс-

службы (работа на основе взаимовыгодного сотрудничества, персональной ответственности, масштабности целей и задач управления).

**Практическая значимость данного диссертационного исследования** обусловлена его обращенностью к кругу наиболее актуальных проблем российского политического процесса в условиях трансформации политической коммуникации в российском обществе. Результаты исследования нашли применение в деятельности Законодательного Собрания Нижегородской области и Администрации Нижнего Новгорода, могут быть использованы:

- для разработки программа сотрудничества органов государственной власти регионов РФ со структурами гражданского общества;
- для дальнейшего изучения проблем, связанных с развитием политической коммуникации и политического процесса;
- при разработке учебных программ, чтении лекционных курсов, написании учебно-методических пособий.

**Апробация основных положений исследования.** Положения и выводы диссертации использовались в процессе принятия управленческих решений при реализации взаимодействия Законодательного Собрания Нижегородской области с субъектами информационного пространства региона и в информационно-аналитической работе Управления общественных связей регионального парламента. Отдельные положения диссертационного исследования используются в практической работе Управления общественных связей Администрации г. Нижнего Новгорода, Управления пресс-службы губернатора и правительства Нижегородской области, пресс-службой аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе. Основные положения изложены в 8 публикациях автора по теме исследования, общим объемом 3,6 п.л.

Теоретические положения и выводы диссертационного исследования неоднократно обсуждались в ходе международных, всероссийских и межрегиональных научно-практических конференций, в экспертных докладах Фонда развития информационной политики (ФРИП, г. Москва), на научно-исследовательских

конференциях данного исследовательского центра, а также в ходе десятого Всероссийского фестиваля СМИ «Вся Россия» (круглый стол «Информационная политика региона в условиях реализации реформ», 27 сентября 2005 г., Дагомыс, Краснодарский край), международной научно-практической конференции факультета журналистики МГУ «Профессия «Журналист»: вызовы XXI века» (круглый стол «Местная пресса как информационный ресурс реформ», 5 февраля 2007 г., Москва).

Отдельные положения представлены общественности в рамках регулярных заседаний нижегородского Эксперт – Клуба (на базе издательского центра «Биржа плюс») при обсуждении актуальных вопросов развития информационного пространства и организации социальных коммуникаций, а также при проведении автором интерактивных лекций и мастер-классов для заместителей главы администрации Нижнего Новгорода, директоров профильных департаментов, глав и пресс-секретарей районных администраций Нижнего Новгорода (2007-2008 гг.), студентов гуманитарных специальностей ННГУ (2004-2008).

Ключевые положения диссертационного исследования озвучены автором в рамках работы международных и Всероссийских научно-практических конференций:

- «Введение института омбудсмана как фактор снижения конфликтности информационного пространства». Европейский Институт МасМедиа при поддержке министерства международного развития Великобритании, Дюссельдорф, Германия. Май 2002 г.
- «Роль СМИ в повышении политической активности различных категорий граждан. Молодежный парламентаризм». Европейский парламент, Страсбург, Франция. Декабрь 2003 г.
- Школа публичной политики. «Информационная политика в России. Региональный аспект». Нижегородский фонд поддержки гражданских инициатив, межрегиональная общественная организация «Открытая Россия», Нижний Новгород. Октябрь 2005-Май 2006 гг.
- Специализированный лекционно-семинарский и тренинговый курс. «Практические особенности осуществления социальных коммуникаций.

Формирования информационного поля». Комитет по образованию Российской Ассоциации по связям с общественностью (РАСО), Национальная академия социальных технологий. Москва. Март 2007 г.

- Международная программа поддержки молодых лидеров. «Государственная и региональная информационная политика. Технология взаимовыгодного сотрудничества власти, бизнеса и СМИ». Министерство юстиции Великобритании, Британский Совет, Фонд Джона Смита. Эдинбург-Лондон, Великобритания. Июнь-июль 2007 г.

**Структура** диссертационного исследования определяется целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, трех глав, разделенных на параграфы, заключения, списка использованных источников и литературы, приложений.

## II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обоснована актуальность темы диссертационного исследования, определены объект и предмет исследования, цели и задачи, проанализирована степень разработанности проблемы, указана теоретико - методологическая основа диссертационного исследования и эмпирическая база, обоснованы научная новизна и практическая значимость работы, представлена апробация основных положений исследования в процессе использования инновационных технологий органами государственной и муниципальной власти при взаимодействии с общественностью.

**Первая глава** диссертации **«Концепции и принципы механизма инновационного развития информационного пространства»** посвящена изучению и формированию понятийного аппарата, используемого при анализе информационного пространства.

**В параграфе 1** «Современные концепции и модели социально-политической коммуникации» автором рассматривается информационное пространство как поле социальных отношений. С этой точки зрения, информационное пространство есть совокупность определенных структур (индивидов, их групп и организаций), соединенных информационными отношениями, то есть отношениями сбора, производства, распространения и потребления информации. Сама информация при этом рассматривается как некоторое отношение между субъектами информационного пространства.

Средства массовой коммуникации являются центральным понятием в системе обмена информацией в политической сфере. В связи с этим возникает необходимость изучения аспектов функционирования сети социально-политической коммуникации.

На теоретическом уровне рассмотрены концепты «коммуникация» и «социально-политическая коммуникация»; представлены исторически сложившиеся парадигмы, в рамках которых исследуются особенности взаимодействия СМИ и органов власти, их влияние на общественное сознание в процессе социально-политической коммуникации.

Как центральный элемент социально-политической коммуникации рассматриваются средства массовой коммуникации, где массовая коммуникация (МК) - это «систематическое распространение сообщений (через печать, радио, телевидение, кино, звукозапись, видеозапись) среди численно больших, рассредоточенных аудиторий с целью утверждения духовных ценностей и оказания идеологического, политического и экономического или организационного воздействия на оценки, мнения и поведения людей».

Автором анализируется роль СМИ, которые выступают своего рода посредником между политикой и общественностью, представляя собой как канал передачи сообщения, так и его источник, способствуют продвижению и восприятию аудиторией тех установок, которые передаются лидерами и органами власти как системные, смыслообразующие. Автором делается вывод о том, что социально-политические коммуникации - это управление циркуляцией информации посредством СМИ между политиками и обществом с целью легитимации властных структур в общественном сознании.

**В параграфе 2** «Теоретические аспекты анализа средств массовой коммуникации в рамках социально-политических коммуникаций» анализируются теории, рассматривающие средства массовой информации как один из влиятельных элементов социальной и политической структуры общества. Особое внимание уделяется работам П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Г. Годе, выдвинувшим понятие «двухступенчатого информационного потока» и Р. Мертона, который разработал концепцию многоступенчатого потока информации. Суть заключается в том, что реципиент получает политическое «послание» из СМИ, которое оценивается авторитетными для реципиента людьми - «лидерами мнений», имеющими собственные взгляды на события и характер их освещения в масс-медиа. Из чего делался вывод, что СМИ функционируют не изолированно, а в сложном социальном контексте. П. Шампань в своих работах также доказывает, что степень участия СМИ в процессе политических коммуникаций перестала сводиться только к инструментальной: роль масс-медиа доходит до роли выступления от лица общества в целом. Население в такой

ситуации может наблюдать и принимать за свое мнение то, что преподносят СМИ.

На основе анализа существующих теорий автор приходит к выводу о том, что основной задачей социально-политических коммуникации является изменение установок и поведения аудитории для получения и удержания властных полномочий субъектами политики и СМИ являются полноправным субъектом политики, поскольку вписываются в систему власти как актуализирующие те или иные проблемы общества, формирующие потребность во внимании к той или другой информации, а также влияющие на качественные характеристики массового сознания.

**В параграфе 3** «Информационное пространство как сфера взаимодействия органов власти со СМИ», исходя из того, что качественные характеристики информационного пространства в значительной степени подвержены влиянию информационной политики государства, автор рассматривает такое понятие как «государственная информационная политика», под которой понимается «регулирующая деятельность государства, направленная на развитие информационной сферы общества, которая охватывает не только телекоммуникации, информационные системы или средства массовой информации, но и всю деятельность, связанную с созданием, хранением, обработкой, демонстрацией и передачей всех видов информации - деловой, научно-образовательной, новостной, развлекательной и тому подобное».

Целями и задачами государственной информационной политики являются не только «участие в демократизации государственного управления», содействие «становлению гражданского общества», но и:

- установление, поддержание и расширение контактов с гражданами и организациями, другими государствами (подготовка каналов для пересылки информационных сообщений);
- информирование общественности своей страны и других государств о принимаемых решениях, то есть создание и доведение до целевой аудитории смыслов, установок, контекстного содержания; изучение общественного мнения страны, других государств, профессионального мнения экспертов, частных и



официальных позиций должностных лиц, влиятельных фигур вообще;

- анализ общественной реакции на действия конкретных должностных лиц и органа власти в целом;
- прогнозирование общественно-политических процессов в стране и за ее пределами;
- обеспечение соответствующих организаций и структурных подразделений аналитическими разработками;
- формирование благоприятного имиджа государства как внутри страны, так и за ее пределами.

Региональная информационная политика имеет цели, задачи и функции, подобные государственной, однако охватывает уровни отдельно взятого региона и формируется, как правило, региональным органом власти, определяющим политическим влиянием на территории.

**Во второй главе «Основные позиции и стратегии инновационной деятельности региональных законодательных структур в российском информационном пространстве (пример Нижегородской области)»** рассматривается общая информационная ситуация в регионе (**параграф 1**), выявляются основные субъекты информационного пространства на региональном уровне, в числе которых помимо собственно СМИ, сегодня выступают, прежде всего, органы власти и местного самоуправления, крупные бизнес-структуры, общественные организации.

**В параграфе 2 «Основные субъекты влияния информационного пространства Нижегородской области: потребности, интересы и запросы»** подробно рассматриваются позиции Законодательного Собрания Нижегородской области в информационном пространстве как одного из субъектов информационного пространства.

Основой для изучения позиций Законодательного Собрания Нижегородской области послужило полустандартизированное экспертное интервью, проведенное

автором на основе опроса основных групп людей, оказывающих наибольшее влияние на информационное пространство Нижегородского региона (представители Законодательного Собрания (5 человек), исполнительной власти (5 человек), СМИ (5 человек), потребителей социально-значимой информации (5 человек) и экспертно-аналитического сообщества (5 человек).

Основные выводы социологического исследования можно представить следующими тезисами:

1. Информационное пространство Нижегородской области и г. Нижнего Новгорода обусловлено рядом процессов, инициированных как на федеральном, так и на региональном уровнях:

- централизацией власти и усилением роли исполнительной власти на всех уровнях управления;
- продолжающимся процессом приспособления региональной политической системы, политических и экономических элит к изменениям в администрации области, приходу В. Шанцева и его команды;
- федеральными выборами и, в связи с этим, активизацией общественно-политических и партийных сил;
- реализацией проектов социально-экономического развития, инициированных как федеральной, так и региональной и местной властями.

2. Наиболее значимыми операторами информационного пространства на региональном уровне, помимо самих СМИ, сегодня выступают органы государственной власти и местного самоуправления, крупные бизнес-структуры, общественные организации. Содержание материалов СМИ во многом определяется политическими интересами действующих субъектов управления информационного пространства. Это политики местного, регионального и федерального уровней. Топ-менеджеры крупных бизнес-структур и лидеры общественных объединений также влияют на информационное пространство в регионе, однако в значительно меньшей степени.

3. Расстановка сил, влияющих на информационное пространство в регионе,

обусловлена несколькими основными факторами:

- нарастанием влияния в политическом пространстве команды В. Шанцева, приходом в региональную политику новых лиц; определенными проблемами во взаимоотношениях новой областной администрации с Законодательным собранием и городской администрацией;
- изменением политических и информационных позиций ЗС НО, необходимостью сосуществовать и взаимодействовать с медиа-структурами областной администрации;
- уходом из публичной региональной политики С. Кириенко, что привело к изменению имиджа и стиля информационной работы Представительства Президента в ПФО, а также к распаду медиа-структуры, ранее концентрировавшейся вокруг С. Кириенко.

4. Коммуникация, опосредованная СМИ, имеет характер управления. В современном обществе средства массовой информации являются практически субъектом самой политики наряду с представителями органов государственной и муниципальной власти, использующих масс-медиа.

5. В регионе отмечается тенденция к локализации информационного пространства, замыканию значительного массива информации в рамках бытовой тематики. В этих условиях существует риск утраты сущностной новизны как конституирующего признака подлинной информации и симуляции новизны через развлекательность и псевдоактуальность. Еще одна тенденция – переориентация СМИ на скорость и насыщенность фактами в ущерб достоверности информации и ее интеллектуальной и эмоциональной обработке.

6. Основными индикаторами благополучного состояния информационного пространства являются разнообразие информационных программ, представленность различных точек зрения, мнений; качество информации, объективное, непредвзятое информирование, независимость СМИ от властных структур, наличие конструктивной критики.

На основе данных исследования автором делается вывод о том, что информационное пространство Нижегородской области развивается при существенном влиянии органов государственной власти региона», при этом:

- Доминирующее положение в информационном пространстве занимают исполнительные органы государственной власти региона;
- Аудитория остается достаточно мощным источником воздействия на информационное пространство региона;
- Культура потребления социально-политической информации в регионе находится на очень низком уровне;
- Доминирующее положение в информационном пространстве региона занимают СМИ федерального уровня;
- Органы власти осуществляют прямое воздействие на информационные процессы в регионе.

Доминирующее положение областной администрации в информационном пространстве действительно обусловлено целым рядом факторов:

- высокой активностью как в политико-управленческом, так и в информационном пространстве, создание информационных поводов, постоянное и активное освещение в подконтрольных СМИ текущей деятельности губернатора и правительства области;
- установлением контроля над СМИ через участие в собственности, назначение лояльных менеджеров и редакторов;
- заключением финансовых договоров об информационном сотрудничестве между пресс-службой губернатора и рядом СМИ.

Несколько уступая структурам исполнительной власти по уровню представленности в информационном пространстве, Законодательное Собрание обладает рядом специфических преимуществ:

- открытость и контактность как депутатов, так и сотрудников Управления общественных связей;

- высокий профессионализм, использование нешаблонных, новаторских приемов работы со СМИ;
- широкий территориальный охват работы.

В отличие от исполнительной власти регионального уровня, на момент проведения исследования ни администрация г. Н. Новгорода, ни Городская Дума не заполняли даже того объема информационного пространства, на который они могли бы рассчитывать исходя из своего статуса.

Автор также исследует влияние аудитории на информационное пространство региона. Аудитория СМИ остается достаточно мощным источником воздействия на информационное пространство. Зрители, слушатели и читатели влияют на него двумя способами:

- во-первых, предъявляя СМИ запрос на определенную информацию;
- во-вторых, являя собой ту среду, в которой формируется кадровый резерв для СМИ.

Этот вывод противоречит распространенной точке зрения о том, что в конструировании социальной реальности мнение аудитории учитывается минимально.

В подтверждение своих выводов автор приводит результаты экспертной оценки качества работы органов власти Нижегородской области с субъектами информационного пространства, которая имеет два содержательных аспекта:

1. сравнительная оценка качества информационной работы различных органов власти, попытки выстраивания рейтинга качества;
2. анализ причин успехов и неудач информационной работы, факторов, обуславливающих ее качество, на примере Нижегородской области.

По качеству работы с субъектами информационного пространства к безусловным лидерам по уровню качества относятся областные структуры исполнительной и законодательной власти - губернатор и правительство Нижегородской области, Законодательное Собрание. Замыкают группу лидеров администрация Нижнего Новгорода и представительство Президента РФ в ПФО. Противоречивые оценки

вызывает качество информационной работы властей районов города и области. К аутсайдерам большинство экспертов относит Городскую Думу Нижнего Новгорода.

В то же время по количеству упоминаний в качестве лидера рейтинга информационной работы областные структуры исполнительной и законодательной власти занимают примерно равные позиции, но Законодательное Собрание лидирует по уровню аргументированности позитивных мнений экспертов.

**В параграфе 3 «Анализ информационного пространства в г. Нижнем Новгороде: проблемы и перспективы развития»** исследуется информационное пространство г. Нижнего Новгорода на основе социологического исследования. Во внимание принимаются два аспекта: восприятие социально-экономической ситуации, проблем города и оценка деятельности социально-политических институтов и деятелей региона. По результатам полученных данных, автор приходит к выводу, что восприятие социальной обстановки в Нижнем Новгороде можно назвать умеренно оптимистичным.

Относительно распределения ответственности за решение названных проблем для нижегородцев характерно упование практически во всех проблемах на власть, либо абстрактно представляемую, либо конкретную - городскую и районную. За исключением проблем преступности и наркомании, где большинство высказавшихся все же надеются на деятельность милиции, а также проблем уборки снега, ремонта домов, крыш, подъездов, которые, по мнению большинства, должны решать коммунальные службы, решение остальных проблем в основном вменяется властным структурам, мэру и прочим представителям городской власти.

Второй аспект – оценка деятельности социально-политических институтов и деятелей Н.Новгорода неоднородна: с одной стороны, сложился довольно благоприятный фон оценок для представителей власти как федерального, так и местного уровня, с другой, - не столь позитивно оценивается ряд организаций и предприятий города.

Положительные оценки традиционно концентрируются вокруг деятельности Президента: его деятельность позитивно оценивают 91% горожан, такова же доля тех,

кто выражает В. Путину доверие. Правительство России на треть уступает Президенту в рейтинге лояльности (59%). Значительные затруднения вызывает оценка деятельности Совета Федерации, Полпреда в ПФО и депутата Госдумы от округа: большинство нижегородцев не могут оценить их деятельность. Таким образом, можно говорить о наличии потенциала роста в информационном пространстве для этих органов власти.

Среди политиков регионального и местного уровня наибольшее одобрение вызывает деятельность мэра города и губернатора области. При этом большая часть нижегородцев выражает доверие этим политическим лидерам: В.П. Шанцеву доверяют 65% горожан, а В.Е. Булавинову – 56%. Однако позиции мэра устойчивы. Восприятие региональной и местной власти в значительной мере персонифицировано. Оценка деятельности областного правительства вызывает у горожан заметно большие затруднения, чем деятельности губернатора.

Подавляющее большинство нижегородцев мало информированы относительно деятельности представительных органов власти, как на областном, так и на городском уровне.

Информационное пространство г. Нижнего Новгорода определяется целым рядом характеристик: интерес к жизни города со стороны горожан, событиями городской жизни, вызывающими интерес нижегородцев; независимостью средств массовой информации.

В третьем параграфе также анализируется влияние СМИ на население города. Наибольшая степень влияния на жизнь города среди местных средств массовой информации отводится нижегородским телеканалам — Сети НН и ТЖК Волга. Около 90% жителей Нижнего Новгорода отмечает их влияние на городскую среду, причем более половины из них оценивают его как сильное. Заметно меньшей степенью воздействия на городскую жизнь обладают телеканалы ННТВ и ГТРК Нижний Новгород.

Газеты нижегородцы читают реже, нежели смотрят телевизионные передачи,

поэтому и степень влияния большинства печатных СМИ на жизнь города его жители определяют чаще как умеренную, нежели сильную.

Заметный интерес нижегородцы этой группы проявляют к информации о диалоге с властью. Среди политических новостей заметное внимание горожан привлекает информация об открытых встречах населения с представителями власти. Население в большей степени приветствует инициативу властей по организации *диалога* с горожанами, настроено на это диалог.

Межличностные коммуникации, разговоры с родственниками и знакомыми, слухи не являются основным источником информации для большинства горожан, как и Интернет.

**Третья глава «Практические рекомендации по инновационному управлению информационным пространством Нижегородской области в процессе модернизации Российского государства»** посвящена описанию применяемых инновационных технологий и оценке эффективности работы Законодательного Собрания с субъектами информационного пространства Нижегородской области. Основой для разработки инновационных технологий стал пятилетний опыт работы по формированию и реализации информационной политики Законодательного Собрания, создание Управления общественных связей регионального парламента.

**В параграфе 1** «Место и роль управления общественных связей в структуре аппарата Законодательного Собрания Нижегородской области» на основе анализа, как теоретических источников, так и полученных в ходе социологических исследований результатов определяются ключевые положения эффективной работы органа государственной власти с субъектами информационного пространства на примере организации работы Управления общественных связей Законодательного Собрания Нижегородской области и применяемых им инновационных технологий, которые трансформировали сервисные функции в управленческие.

**В параграфе 2** «Основы информационной политики Законодательного Собрания Нижегородской области и методы оптимизации основных направлений информационного пространства» автором рассматривается технология стратегических



коммуникаций Управления общественных связей ЗС НО.

**В параграфе 3** «Оценка результатов деятельности управления общественных связей и повышение эффективности работы» автор предлагает ряд методов по оптимизации основных направлений информационного пространства.

- Информировать СМИ обо всех мероприятиях регионального парламента, формируя регулярный и объемный информационный поток.
- Рассказывать о совместной работе с партнерами, деятельность которых понятна нижегородцам (крупные предприятия, общественные некоммерческие организации, авторитетные общественные и политические деятели), с целью перенесения части их позитивной известности на себя.
- Регулярно инициировать проведение специальных событий - депутатских слушаний, круглых столов и публичных семинаров-конференций по актуальным общественно значимым темам, где информационным поводом выступает глубина анализа рассматриваемых тем, интересующих общественность (например, предполагаемая застройка в центре Нижнего Новгорода и возможность утраты памятников архитектуры, введение административной ответственности за нарушение правопорядка и т.д.). Особое значение для Собрания имеет реализация публичных социальных проектов совместно с представителями бизнеса и СМИ. Немаловажно превратить событие из информационного повода, воспринимаемого пассивно, в стратегию вовлечения целевых групп (в том числе медийных), привлечение авторитетных экспертов.
- Постоянно проводить анализ информационных тем, уже «вброшенных» в информационное пространство органами государственной и муниципальной власти региона, крупными финансово-промышленными группами и отдельными политиками с целью эффективного включения собственной темы в информационное пространство и привлечения внимания общественности.
- Давать оценки и комментарии значимых общественно-политических и социально-

экономических событий первыми лицами Собрания (председателем и его заместителями, председателями 9-ти профильных комитетов) с учетом того, что статус лица, предоставляющего комментарий, прямо пропорционален значимости информационного повода.

По мнению автора, для повышения эффективности воздействия органов государственной власти на информационное пространство необходимо:

**1. прямое подчинение структурного подразделения**, занимающегося вопросами взаимодействия со СМИ и общественностью, первому лицу органа государственной власти (организации). Реализация управленческой функции дает ощутимые результаты:

- значительно повышается **оперативность** принятия решений (особенно важно для работы с информационной средой),
- улучшается **качество** распространяемой информации, ее полнота,
- **исключается** возможность **использования** стратегически важного **ресурса – влияния на СМИ- в личных целях** отдельных ньюсмейкеров.
- появляется возможность в полной мере **реализовывать функцию управления – влиять на позицию руководства** при принятии решений, относящихся к компетенции подразделения (проведение публичных мероприятий, мониторинг тем, требующих нормативного регулирования и т.д.)

**2. Организация специальных публичных мероприятий.** В силу особой специфики деятельности законодательных (представительных) органов власти и отсроченности результатов законотворческой деятельности, информационная политика регионального парламента не может основываться исключительно на нормотворчестве. Наиболее эффективно могут реализовываться публичные социальные проекты, актуальные для развития региона. Среди универсальных инструментов для практически любого региона Российской Федерации можно выделить несколько проектов:

- **Клуб лидеров НКО** – ежемесячная (ежеквартальная) дискуссионная площадка для представителей самых активных общественных объединений региона с обсуждением наиболее злободневных вопросов.
- **Совет по национально-культурным вопросам** – ежемесячная (ежеквартальная) дискуссионная площадка для представителей национальных сообществ с обсуждением актуальных вопросов развития межнационального диалога, а также совместное проведение культурно-массовых мероприятий.
- **Клуб парламентских журналистов**- объединение заинтересованных в парламентской проблематике журналистов в пул для поддержания положительного, конструктивного и доверительного эмоционального фона как для самой пресс-службы, так и для органа власти (организации) в целом.
- **Конкурсы для СМИ** позволяют активизировать работу СМИ в отдельных направлениях, в частности на лучшее освещение деятельности органа власти (организации) в районных средствах массовой информации. Проведение подобных конкурсов не только дает материальные стимулы для освещения конкретной информационной темы, но и создает условия для выявления профессиональных интересов журналистского сообщества и позволяет наладить более плотные и доверительные отношения между органом власти и СМИ.
- **Семинары и конференции** для руководителей городских и районных электронных и печатных СМИ.
- **Мастер-классы, тренинги, лекции и круглые столы** по теме формирования информационного пространства, организации социальных коммуникаций, реализации информационной политики для школьников и студентов. Это позволяет получать четкую обратную связь от общественности, что в свою очередь дает возможность оценить эффективность влияния организации на информационное пространство в целом.
- **Выездные заседания** и комитеты, публичные слушания, инспекционные поездки значительно повышают интерес СМИ и повышают уровень доверия аудитории к публичным действиям.

- **Ассоциация представительных органов власти местного самоуправления** – объединение и координация деятельности дум и земских Собраний городов и районов региона, площадка для проведения всесторонних обсуждений принимаемых региональных законов и иных нормативных актов, требующих особого внимания муниципальных образований.
- **Публичные социальные (благотворительные) проекты** различной направленности. Проводимые в данном случае мероприятия предполагают объединение усилий и совместную деятельность органов государственной власти, средств массовой информации, общественных объединений и бизнес-структур на условиях социального партнерства. При реализации общественно значимых информационных проектов использование СМИ исключительно как транслятора, канала доставки информационных сообщений значительно снижает потенциал «четвертой власти». Данный потенциал существенным образом расширяется за счет привлечения СМИ в качестве полноправного партнера, организатора информационного проекта.

В качестве уникальных информационных технологий в третьей главе подробно рассмотрены два проекта:

1. Технология вовлечения СМИ в реализацию социального (благотворительного) проекта на основе «взаимовыгодного партнерства» на примере проекта «К самому Черному морю». Данная технология позволяет свести воедино интересы, средства и возможности различных структур: бизнес-сообщества, спонсирующего проект, органа власти (в частности - представительного), генерирующего идеи и осуществляющего реализацию проекта, и СМИ, освещающих акцию.

2. «Без галстука» - так называемый «проект политического влияния», который транслируется в прайм-тайм телекомпанией, тремя радиостанциями, двумя популярными газетами, информационным агентством и двумя журналами. Ньюсмейкер, потратив всего 20 минут на запись программы в студии телецентра, получает значительный информационный ресурс как минимум девяти самых

рейтинговых СМИ региона, что в свою очередь дает существенные преимущества органу власти при осуществлении влияния на информационное пространство региона.

Эффективность влияния органа государственной власти на информационное пространство значительным образом зависит от качества работы структурного подразделения, в сферу деятельности которого входит работа со СМИ и общественностью. Качество его работы основывается на трех базовых характеристиках вне зависимости от уровня власти или профиля работы организации:

- **уважение и доверительные личные отношения** с представителями СМИ и НКО, ориентация на **взаимовыгодное сотрудничество**, которое впоследствии конвертируется в стратегическое партнерство и значительным образом упрощает процесс принятия решений;
- **персональная ответственность и инициативность.** Уровень ответственности заключается не в оперативном распространении пресс-релизов, что является в чистом виде реализацией сервисной функции, а в способности влиять на процесс принятия решений руководством органа государственной власти;
- **масштабность целей и задач управления.** Эффективная информационная политика органа власти не может ограничиваться работой исключительно со СМИ. В целях полноценного влияния на информационное пространство региона органам власти необходимо проводить целенаправленную партнерскую работу с бизнес-организациями и общественными объединениями в рамках реализации публичных проектов.

Автор также подводит итоги системной работы Управления общественных связей ЗСНО с акторами информационного пространства:

1. Удалось создать доверительные отношения со СМИ и НКО на основе взаимовыгодного сотрудничества. В настоящее время это основной и наиболее эффективный принцип воздействия на информационное пространство региона, позволяющий добиваться не кратковременных удач, а долгосрочных успехов и достижений.

2. Приоритетной стала не сервисная, а управленческая функция пресс-службы, что обусловило высокую степень авторитета и влияния Управления на процесс принятия решений руководством Собрания.
3. Работа ведется со всеми основными сегментами общественности - некоммерческий сектор, бизнес - и экспертные сообщества, что позволило увеличить масштабность целей, задач, реализуемых проектов и, соответственно, результатов.

**В Заключении** содержатся основные выводы диссертационного исследования, очерчивающие основные резервы повышения эффективности информационной политики органа государственной власти, что повышает степень эффективности его влияния на информационное пространство. Даются практические рекомендации по использованию конкретных информационных технологий за счет более полного учета их социальной составляющей, описываются инновационные технологии информационного сопровождения публичных мероприятий органа государственной власти.

**Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:**

**Публикации в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ для публикации результатов диссертационных исследований**

1. Скудняков Р.В. Роль органов государственной власти в формировании информационного пространства. Региональный аспект (на примере Нижегородской области)./ Р.В. Скудняков // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. - 2009. - Выпуск № 107. (0,5 п.л.)

**Научные статьи и материалы докладов на конференциях**

2. Скудняков Р.В. Власть и СМИ: практика взаимовыгодного партнерства. //Материалы V-й межрегиональной научно-практической конференции «Интегрированные коммуникации: теория и практика».г. Нижний Новгород, Нижегородский Коммерческий Институт 2006 г. (0,25 п.л.)
3. Скудняков Р.В. Влияние социально-политических коммуникаций на развитие информационной культуры региона. / Р.В. Скудняков // Социальные

- преобразования и социальные проблемы: Сборник научных трудов. г.Нижний Новгород. – 2006г. - Выпуск № 4 (0,4)
4. Скудняков Р.В. Реализация публичных социальных проектов как способ эффективного воздействия на информационное пространство/ Р.В. Скудняков // Всероссийский специализированный журнал для пресс-секретарей, сотрудников пресс-служб и специалистов по связям с общественностью Пресс-служба. - 2006 г. - № 11 (0,3 п.л.)
  5. Скудняков Р.В. Взаимодействие власти и СМИ на примере Законодательного Собрания Нижегородской области. / Р.В. Скудняков // Материалы конференции «СМИ и власть: эффективное взаимодействие в интересах развития региона». г. Дзержинск, 10 октября 2006г. - 2006 г. (0,3 п.л.)
  6. Скудняков Р.В. Современное состояние и направления развития информационной политики в Нижегородской области. / Р.В. Скудняков // Власть, граждане и СМИ. Экспертные опросы ФРИП по ключевым проблемам российской политики в 2004-2005 гг. Москва. - 2005 г. (0,3 п.л.)
  7. Скудняков Р.В. Место пресс-службы в аппарате организации как фактор эффективности воздействия на информационное пространство / Р.В. Скудняков //Всероссийский специализированный журнал для пресс-секретарей, сотрудников пресс-служб и специалистов по связям с общественностью. Пресс-служба - 2005 г. - № 4 (1,25 п.л.)