

На правах рукописи

КОДАНИНА АННА ЛЬВОВНА

**ПОЛИТИКО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ПРЕЗИДЕНТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ПРИВОЛЖСКОМ
ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ (2000–2008 гг.)**

Специальность 23.00.02 – политические институты,
процессы и технологии

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Нижний Новгород
2010

Работа выполнена на кафедре журналистики филологического факультета Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского

Научный руководитель: доктор политических наук, профессор
Савинова Ольга Николаевна
Официальные оппоненты: доктор философских наук, профессор
Комаровский Владимир Савельевич
доктор политических наук, доцент
Кзаков Михаил Анатольевич
Ведущая организация: Волго-Вятская академия государственной
службы (г. Нижний Новгород)

Защита состоится 18 мая 2010 года в 13.00 на заседании диссертационного совета Д - 212.166.10 при Нижегородском государственном университете им. Н.И. Лобачевского по адресу: 603005, Нижний Новгород, ул. Ульянова, д. 2, факультет международных отношений ННГУ им. Н.И. Лобачевского, конференц-зал

С диссертацией можно ознакомиться в Фундаментальной библиотеке ННГУ им. Н.И. Лобачевского по адресу: 603950, Нижний Новгород, проспект Гагарина, д. 23, корп. 1

Автореферат разослан «_____» апреля 2010 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

О.Ю. Семенов

I ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования обусловлена кардинальным изменением места и роли информационно-коммуникационных процессов в политической жизни российского общества конца XX – начала XXI веков. Эффективное использование политико-коммуникационных технологий в условиях информационного общества становится одним из важнейших условий для завоевания, осуществления и удержания политической власти.

Необходимость комплексного исследования политической коммуникации обусловлена ее огромным значением в период демократических преобразований, который характеризовался определенной нестабильностью политической системы России. Особенность нынешнего этапа общественной трансформации связана не только с созданием модели открытой, «отзывчивой» бюрократии, обладающей высокой степенью адаптивности к изменяющимся условиям. Не менее значимо и актуально осознание тех условий, которые обеспечивают возможность демократического реформирования государственной службы, органов государственного управления. Новые политические институты, к которым относится, в частности, институт представительства Президента Российской Федерации в федеральных округах, призваны укрепить вертикаль федеральной исполнительной власти, повысить степень ее адаптивности в условиях политической и экономической нестабильности, обеспечить своевременное и адекватное реагирование центра на потребности регионов, повысить эффективность коммуникационного взаимодействия между региональной и федеральной ветвями власти, региональной общественностью и органами государственного управления, важным результатом которого служит достижение гражданского согласия и взаимопонимания федеральной власти и населения регионов.

Фундаментальной базой общественных отношений в государственной сфере являются два принципа: органы государственного управления должны отчитываться перед гражданами о своей работе; эффективной может быть только власть, которую поддерживает общество. Односторонняя связь в системе «власть — общество» постепенно уступает место двусторонним отношениям, что порождает проблемы открытого функционирования органов государственной власти и управления и их диалога с населением. От того, какими будут эти отношения, напрямую зависит стабильность политической и социальной систем рос-

сийского общества, что особенно актуально в условиях всемирного социально-экономического кризиса.

Развитие системы каналов распространения политической информации, возрастание числа акторов политических процессов усиливают необходимость согласования политических волей, что, в свою очередь, приводит к значительному повышению роли процесса политической коммуникации и вызывает потребность ее тщательного изучения. Особое значение имеет для нас то обстоятельство, что реформирование государственной службы идет одновременно с интеграцией в структуры власти служб «публик рилейнз», вращение института связей с общественностью в саму систему и административного, и политического управления.

Таким образом, политическая коммуникация является одним из условий и одновременно результатом трансформации политической системы России. Формированию современных демократических принципов политического управления, результатом которых служит эффективное консенсуальное взаимодействие в системе отношений власти и общества, способствуют информационно — коммуникационные процессы, расширяющие и углубляющие политическое пространство.

Поэтому изучение возможностей политической коммуникации как ресурса достижения политического согласия является насущной задачей, имеющей серьезное научное и практическое значение.

Степень научной разработанности проблемы. Необходимо отметить, что коммуникационный взгляд на природу власти и политики в целом, признание сущностной роли коммуникации в политических процессах является одной из давних традиций в гуманитарной науке. Начало этой традиции политического анализа было положено Аристотелем, характеризовавшим политику как особого рода общение между людьми. Впоследствии такой взгляд на политические процессы получил развитие в трудах более поздних мыслителей, укоренился как в западной, так и в российской политической теории.

Научные труды, так или иначе затрагивающие исследуемую проблему, можно классифицировать следующим образом.

Первую группу составляют работы теоретико-методологического плана, в которых авторы раскрывают природу коммуникации как результат общественного развития, определяют категориальный аппарат, специфику процесса коммуникации в политической сфере. К ним относятся работы отечественных (Н.В. Анохина, В.П. Конечкая, О.А. Мала-

канова, Л.Р. Посикера, А.И. Соловьев и др.)¹ и зарубежных (П. Бурдые, Т.А. ван Дейк, Г. Лассуэлл, М. Маклюэн, Ю. Хабермас и др.)² ученых.

Вторую группу представляют работы, посвященные основам анализа политических систем и определению места и роли информационно-коммуникационных процессов в их развитии. Данную проблематику изучали как в зарубежных научных кругах (Г. Алмонд, И. Винер, К. Дойч, Т. Парсонс и др.)³, так и в отечественных (М.Г. Анохин, М.Н. Грачев, М.С. Вершинин, Л.Н. Тимофеева и др.)⁴.

¹ Анохина Н.В., Малаканова О.А. Политическая коммуникация / Политический процесс: основные аспекты и способы анализа / Под ред. Е.Ю. Мелешкиной. – М.: Инфра-М, 2001; Богомолова Н.Н. Массовая коммуникация и общество. – М.: Знание, 1988; Буданцев Ю.А. Социология массовой коммуникации. – М.: МНЭПУ, 1995; Конечкая В.П. Социология коммуникации. – М.: Межд. ун-т бизнеса и упр-я, 1997; Посикера Л.Р. Политическая коммуникация в условиях избирательных кампаний: анализ концепций и технологий: Автореф. дис. ... канд. полит. наук. – М., 1994; Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. – М.: Центр, 1998; Соловьев А.И. Коммуникация и культура: противоречия поля политики // Полис. – 2001. - №1; Соловьев А.И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. – 2002. - №3; Шарков Ф.И. Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации // Социс. – 2001. - № 8.

² Бурдые П. Социология политики. – М.: Socio-logos, 1993; Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989; Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. – М.; Жуковский: “КАНОН-пресс-Ц”, “Кучково поле”, 2003; Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб.: Наука, 2000; Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология. – М.: Рос. акад.-я упр-я, 1992; Lasswell H. Propaganda, Communication, and Public Opinion: A Comprehensive Reference Guide. – Princeton, Princeton University Press, 1946. – vii, 435 p.

³ Винер Н. Индивидуальный и общественный гомеостазис. // Общественные науки и современность. – 1994. - №6; Дойч К. Нервы управления. Модель политической коммуникации. – М.: Наука, 1993; Парсонс Т. Система современных обществ / Под ред. М.С. Ковалевой. – М.: АспектПресс, 1997; Almond G., Coleman J. The Politics of The Development Areas. – Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1960. – 591 p.

⁴ Анохин М.Г. Политические системы: адаптация, динамика, устойчивость. – М.: Информарт, 1996; Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. – М.: Прометей, 2004; Грачев М.Н., Ирхин Ю.В. Актуальные проблемы политической науки. – М.: Экономическая демократия, 1996; Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2001; Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика: Теор. концепции, проблемы, прогнозы. – М.: Изд-во МГУ, 1995; Кармак П.Н. Политическая коммуникация как фактор легитимации политической власти: Дис. канд. полит. наук - СПб., 2007; Лобанова Е.А. Политическая коммуникация в контексте политологического анализа:

Третью группу образуют работы, выделяющие в качестве предмета современные средства массовой информации. Авторы этих работ определяют их место и роль в политическом пространстве в условиях переходного периода, состояние и тенденции развития (Я.Н. Засурский, И.И. Засурский, Г.С. Мельник, Е.П. Прохоров и др.)⁵. К этой группе можно отнести и труды о развитии информационных технологий, открывающих новые возможности политической коммуникации (Ю.А. Нисневич, М.С. Вершинин, А.В. Чугунов и др.)⁶.

Дис. канд. полит. наук. – М., 2006; Миронов Д.В. Социально-политическая коммуникация: структура, проблемы, акторы: Дис. канд. социол. наук – Н.Новгород, 2003; Паулов С.В. Политическая коммуникация как способ формирования социальных связей: Дис. канд. полит. наук – СПб., 2009; Тимофеева Л.Н. Политическая коммуникативистика: проблемы становления. // Полис. – 2009. - №5.

⁵ Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. – М.: Изд-во РУДН, 2001; Груша А.В. СМИ в информационном взаимодействии субъектов политики: структурно-функциональные особенности: Дис. канд. филолог. наук. – М., 1999; Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. – Екатеринбург: Уро РАН, 1999; Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. – М.: Изд-во МГУ, 1999; Засурский Я.Н. Журналистика и общество: балансируя между государством, бизнесом и общественной сферой. / Средства массовой информации постсоветской России. / Под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект-Пресс, 2002; Зимин А.Е. Взаимодействие государственной власти и средств массовой информации в современной России: Дис. канд. полит. наук / Ставроп. госуд. ун-т. – Ставрополь, 2005; Мельник Г.С. Mass-Media: психологические процессы и эффекты. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1996; Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. – М.: РИП-холдинг, 2001; Федотова Л.Н. Массовая информация: стратегия производства и тактика потребления. – М.: Изд-во МГУ, 1996.

⁶ Землянова Л.М. Медиадискурсы и новостные фрейминги // Вест. МГУ им. М.В. Ломоносова. Сер.10. Журналистика. 2006. №2; Интернет и российское общество. / Под ред. И. Семенова. – М.: Гендальф, 2002; Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. – М.: Изд-во МГУ, 1999; Михайлова А.М. Политическая Интернет-коммуникация в современном региональном пространстве: на материалах республики Бурятия: Дис. канд. полит. наук. – Улан-Удэ, 2007; Нисневич Ю.А. Информация и власть. – М.: Мысль, 2000; Павлютенкова М.Ю. Новые информационные технологии в современном политическом процессе // Власть. 2000. №8; Чеснаков А.А. Ресурсы INTERNET и российские политические технологии: состояние и перспективы развития // Вестник МГУ. Сер.18. Социология и политология. 1999. №4; Чугунов А.В. Политика и Интернет: политическая коммуникация в условиях развития современных информационных технологий: Дис. канд. полит. наук – СПб., 2000.

Особую группу составляют работы, посвященные «паблик рилейшнз» в политической сфере. Отметим, что исследование феномена «паблик рилейшнз» прошло ряд этапов в отечественной историографии — от рассмотрения предмета как буржуазно-пропагандистской системы связей с общественностью, подчиненной задаче манипулирования общественным мнением в 60–70 гг. XX в. (И. Зяблук, А.И. Власов, М.И. Скуленко и др.)⁷, до фактического умолчания о предмете в 80-е гг. В начале 90-х гг. феномен «паблик рилейшнз» был по-новому раскрыт в работах российских исследователей (И.В. Алешина, Е.А. Блажнов, В.М. Горохов, В.С. Комаровский, О.Н. Савинова, А.Н. Чумиков и др.)⁸. Для этих работ характерно стремление рассматривать проблему «паблик рилейшнз» в широком социальном контексте. Авторы подробно анализируют принципы проведения кампании «паблик рилейшнз», особое внимание уделяют предвыборным технологиям, проблеме имиджа власти, политического лидера, дают рекомендации по взаимодействию со средствами массовой информации.

⁷ Власов А.И. Политические манипуляции: История и практика средств массовой информации США. — М.: Международные отношения, 1982; Зяблук Н.Г. Индустрия управляемой информации. — М.: Изд-во МГУ, 1971; Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования. / Под ред. Б.А. Грушина, Л.А. Ониква. — М.: Политиздат, 1980; Поклад А.Б., Юдина Н.И. Массовая информация: международное общение или подрывная пропаганда. — М.: Межд. отн-я, 1987; Скуленко М.И. История политической пропаганды. — Киев: Лыбидь, 1990; Федякин И.А. Общественное сознание и массовая коммуникация в буржуазном обществе. — М.: Наука, 1988.

⁸ Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров. — М.: Тандем, 1997; Блажнов Е.А. Паблик рилейшнз: Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений. — М.: ИМА-пресс, 1994; Варакута С.А., Егоров Ю.Н. Связи с общественностью. — М.: Инфра-М, 2001; Власть и общественность: социальные аспекты взаимодействия. / Сост. и науч. ред. О.Н. Савинова. — Н.Н.: Нижполиграф, 1997; Горохов В.М., Комаровский В.С. Паблик рилейшнз: сущность, функции, тенденции современного развития. — М.: РАГС, 1996; Крылов А.Н. Коммуникационный менеджмент & PR. — М.: Нац. ин-т бизнеса, 2000; Лебедева Т.Ю. Искусство обольщения: Паблик рилейшнз по-французски. — М.: Изд-во МГУ, 1996; Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. — М.: Финпресс, 2000; Савинова О.Н. Власть и общество: Деятельность служб по связям с общественностью в российских региональных органах управления: Дис. докт. полит. наук в форме науч. доклада — М., 1998; Связи с общественностью в политике и государственном управлении. / Под ред. В.С. Комаровского. — М.: Изд-во РАГС, 2001; Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение. — СПб.: Питер, 2003; Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Учеб. пособие. — М.: Дело, 2001.

В отечественной традиции «паблик рилейшнз» рассматривается учеными не только в узком смысле (как технология связей с общественностью), но и в широком — как неотъемлемый элемент политики, политического управления (В.С. Комаровский, О.Н. Савинова, О.Ф. Шабров и др.)⁹. Этот подход представляется нам наиболее продуктивным, так как соединяет проблематику «паблик рилейшнз» с теоретическими изысканиями в области политологии.

Анализ научной литературы по проблемам «паблик рилейшнз» подтверждает тезис о том, что предмет нашего исследования многогранен и находится на стыке нескольких дисциплин: политологии, теории коммуникации, социальной психологии, теории средств массовой информации. Вместе с тем, явно заметен все возрастающий интерес политологов к проблематике «паблик рилейшнз». По сути дела, речь идет об изменении статуса самой проблемы в рамках политической науки. Реальная практика «паблик рилейшнз» значительно опережает динамику развития теоретических исследований, и многие аспекты заявленной нами темы в теоретических исследованиях зафиксированы недостаточно или вовсе отсутствуют. В особенности это касается функционирования относительно новых институтов государственной власти, к которым относится институт полномочных представителей Президента Российской Федерации в федеральных округах.

Объектом исследования служит политическая коммуникация органов государственной власти и управления.

⁹ Комаровский В. С. Государственная служба и СМИ. – Воронеж: Прадс, 2003; Комаровский В.С., Оболюнский А.В. Проблемы реформирования государственной службы России в свете международного опыта и отечественных традиций. // Вест. МГУ. Сер. 12: Полит. науки. 1997. №4; Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг. – М.: РОССПЭН, 1999; Плешакова Е.А. Информационное и PR-сопровождение политических решений в системе государственного управления. Дис. ...канд. полит. наук – Саратов, 2006; Подболотова Н.Б. Связи с общественностью в государственных органах власти и управления: Дис. канд. полит. наук. / Гос. ун-т упр. – М., 2001; Пономарев Н.Ф. Информационная политика органа власти: пропаганда, антипропаганда, контрпропаганда. – Пермь: Изд-во Пермского гос. техн. ун-та, 2007; Семенова Л.Г. Политическая коммуникация государственных органов региональной исполнительной власти: Проблемы прямой и обратной связи: Дис. канд. полит. наук – Уфа, 2004; Смолева С.С. Службы по связям с общественностью муниципальных органов власти и управления в современной России: проблемы становления и функционирования: Дис. канд. полит. наук.– М., 2007; Шабров О.Ф. Политическое управление: проблема стабильности и развития. – М.: Интеллект, 1997.

Предметом исследования является политико-коммуникационная деятельность аппарата полномочного представителя Президента Российской Федерации в Приволжском федеральном округе в период с 2000 по 2008 гг.

Цель диссертационной работы — исследование и научное обоснование роли политико-коммуникационных процессов и технологий в деятельности федеральных органов власти (на примере представительства Президента Российской Федерации в Приволжском федеральном округе) как необходимого условия и важной предпосылки формирования эффективного диалога государственной власти и региональной общестственности.

Данная цель потребовала решения следующих **задач**:

— проанализировать динамику развития научных представлений о политической коммуникации в западных и отечественных исследованиях;

— рассмотреть структуру политической коммуникации, ее место и роль в современной российской политической системе;

— выявить функциональное значение информационно-коммуникационных процессов в политическом управлении;

— обосновать роль PR-структур в организации диалога власти с обществом и средствами массовой информации на современном этапе;

— охарактеризовать особенности развития современных политико-коммуникационных процессов во взаимосвязи с деятельностью структур по связям с общественностью и СМИ;

— дать содержательно-структурную характеристику служб по связям с общественностью в органах государственной власти;

— определить место и политико-коммуникационную роль института представительства Президента Российской Федерации в федеральных округах в системе федеральных органов власти;

— проанализировать опыт взаимодействия с общественностью федеральных органов власти (на примере представительства Президента Российской Федерации в Приволжском федеральном округе);

— проанализировать информационно-коммуникационную модель взаимодействия со средствами массовой информации федеральных органов власти (на примере представительства Президента РФ в Приволжском федеральном округе);

— охарактеризовать эффективность политико-коммуникационного взаимодействия федеральных органов власти с населением Приволжского федерального округа.

Научная новизна работы состоит в комплексном теоретико-прикладном исследовании недостаточно изученных вопросов влияния и роли политической коммуникации на политический процесс в современной России:

— уточнены роль и место политической коммуникации в политической системе современной России;

— проанализированы сущность, специфика политико-коммуникационных составляющих в деятельности представительства Президента РФ в федеральных округах;

— сформулированы функции, цели и задачи политико-коммуникационной работы представительства Президента РФ в федеральных округах;

— на основе введенного в научный оборот нового эмпирического материала проанализирована политико-коммуникационная модель взаимодействия аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе с общественностью округа;

— классифицированы технологии политико-коммуникационной работы представительства Президента РФ в Приволжском федеральном округе;

— сформулированы и проанализированы основные проблемы становления и развития связей с общественностью представительства Президента РФ в Приволжском федеральном округе;

— определены основные пути и направления оптимизации функционирования служб по связям с общественностью федеральных органов власти в современной России.

Теоретической основой исследования стали труды зарубежных и отечественных ученых, философов, государствоведов, политологов, историков, исследователей теории коммуникации, средств массовой информации, специалистов в области «публик рилейшнз», раскрывающие историю и эволюцию взглядов на проблему формирования гражданского общества и формирование его институтов (О. Конт, Ж. Руссо, И. Кант, М. Вебер и др.); типологии современных политических систем, политических процессов и институтов (М.Г. Анохин, В.С. Комаровский, О.Ф. Шабров и др.); становление государственной службы, соотношение между эффективностью политического управления и уровнем развития служб «публик рилейшнз» в органах государственного управления (Г.В. Атаманчук, В.С. Комаровский, В.М. Горохов, О.Н. Савинова и др.); информационно-коммуникационные аспекты деятельности служб

«паблик рилейшнз» (И.В. Алешина, Л.М. Землянова, В.В. Латынов и др.)

Методологические основы исследования определяются, прежде всего, диалектическим подходом, позволяющим увидеть исторические, социально-экономические и политико-коммуникационные изменения через призму развития и разрешения противоречий. Учитывая цели и задачи данной диссертационной работы, автор комплексно использует общенаучные методы: анализ и синтез, индукцию и дедукцию. Диссертант опирается на исторический, системный, сравнительный, структурно-функциональный методы в анализе политико-коммуникационных явлений.

С целью рассмотрения предмета исследования в многообразии его сущностных проявлений, диссертант использует такие эмпирические методы, как различные виды наблюдения, опросы, анализ официальных документов, контент-анализ газетных статей, метод экспертных оценок. Сложность и недостаточная разработанность поставленных автором проблем заставляет обратиться к целому ряду методологических приемов междисциплинарного исследования. Неотъемлемым компонентом методологической базы исследования стали положения и методы теории коммуникации, теории журналистики, теории информационного общества, теории государственной службы и др.

Эмпирической основой данной работы стали:

1. Нормативно-правовые документы: Концепция государственной информационной политики Российской Федерации (одобрена на заседании Комитета Государственной Думы по информационной политике и связи 15 окт. 1998 г.; на заседании Пост. палаты по гос. инф. пол-ки полит. консульт. Совета при Президенте РФ 21 дек. 1998 г.); Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утв. Президентом РФ от 9.09.2000 № Пр-1895); Концепция управления государственными информационными ресурсами; Концепция формирования в Российской Федерации электронного правительства до 2010 года; Федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002—2010)»; Федеральный закон Российской Федерации от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»; Указ Президента РФ от 13 мая 2000 г. № 849 «О полномочном представителе Президента Российской Федерации в федеральном округе»; от 21 июня 2000 г. № 1149 «Вопросы обеспечения деятельности аппаратов полномочных представителей Президента Российской Федерации в федеральных округах»; от

24 марта 2005 г. № 337 «О советах при полномочных представителях Президента Российской Федерации в федеральных округах» и другие;

2. Документальные источники официального характера окружного (Приволжский федеральный округ) значения: Регламент Совета при полномочном представителе Президента РФ в Приволжском федеральном округе; Положение о фестивале Приволжской прессы (2001 г.); Положение о Ярмарке социальных и культурных проектов «Пермь-2000»; Положение о проведении «Социального форума-2004»; Концепция развития студенческого баскетбола в России (2007 г.); Концепция проведения Года молодежи в Приволжском федеральном округе (утв. Советом при полномочном представителе Президента РФ в ПФО 12 дек. 2006 г.), а также документы внутреннего пользования: Положение о пресс-службе (2000 г.), Положение об аккредитации журналистов (2000 г.).

3. Количественный и качественный контент-анализ печатных материалов, которые содержат информацию о деятельности аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе. Анализировались материалы центральных и региональных периодических изданий на примере газет «Российская газета», «Нижегородские новости» и «Соседи-Приволжье» в период с мая 2000 по май 2008 гг. За обозначенный период были проанализированы 4493 номера обозначенных периодических изданий.

4. Новостные материалы, размещенные на сайте аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе www.pfo.ru с 2000 по 2008 гг. За указанные период времени проанализированы 1538 новостных сообщений, рассказывающих о работе аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе.

5. Новостные материалы информационных агентств: «ИТАР-ТАСС», «РЕГNUM», «Интерфакс», РИА «Новости» и других.

6. Вторичный анализ результатов и материалов всероссийских социологических исследований и мониторингов: «Полномочные представители Президента РФ в федеральных округах. Дайджест информационного присутствия» (2001г.), «Полпреды президента РФ в СМИ в январе 2008 года: совместный проект ИА REGNUM и компании «Медиалогия» (2008 г.), «Кого россияне считают элитой?» (2005 г.), «Открытость государственной гражданской службы и взаимосвязь с институтами гражданского общества» (2005).

7. Интервью экспертов.

8. Эмпирические данные, полученные методом включенного наблюдения автора в процессе изучения деятельности пресс-службы аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1. Политическая коммуникация выступает в качестве смыслового аспекта взаимодействия субъектов политики путем обмена информацией в процессе борьбы за власть или ее осуществление. Она связана с целенаправленной передачей и избирательным приемом информации, без которой невозможно движение политического процесса.

В современных условиях политика может существовать эффективно только тогда, когда управляющие и управляемые не разделены как антагонистические группы, не связаны только принуждением; политическая деятельность может быть эффективной только в условиях согласования интересов; она не может развиваться, не обеспечивая диалоговый режим с управляемыми.

2. Устойчивость политической системы, основным признаком которой является сохранение как внутренних взаимосвязей, так и с изменяющейся социальной средой, определяется, в первую очередь, действенностью и надежностью механизмов ее информационно-коммуникационного базиса — подсистемы политической коммуникации.

Во всех проявлениях политической коммуникации общим моментом является двусторонний информационный обмен, или обратная связь. Поэтому представляется, что к пониманию информационно-коммуникационных процессов и сопутствующих им социально-политических явлений можно подойти с позиций исследования обратной связи, выводы из которого помогут лучше осознать природу коммуникации, место и роль ее участников, а также изменения, происходящие в результате информационно-коммуникационных процессов как в политической сфере, так и в обществе в целом.

3. Поскольку политическое управление предстает как особый вид межгрупповых отношений в обществе, постольку «паблик рилейншз» оказываются органичным компонентом политического управления, включенным в процесс разработки, принятия и реализации политических решений, обеспечивающим непрерывность «прямых» и «обратных» связей в ходе управления.

4. Установление диалоговых, партнерских отношений между властью и институтами гражданского общества — одна из ключевых задач российской государственности. Эффективность функционирования ор-

ганов власти и управления все в большей мере определяется их способностью гибко реагировать на происходящие изменения, приводить инновационный механизм непрерывного совершенствования государственного управления в соответствие с целями и задачами гражданского общества.

5. Институт представительства Президента РФ в федеральных округах служит уникальным звеном в политико-коммуникационной цепочке «Президент РФ — полномочный представитель Президента РФ в федеральных округах — население федеральных округов РФ», своего рода посредником между федеральной властью и общественностью российских регионов, призванным способствовать налаживанию эффективного диалога между органами исполнительной власти и населением РФ, содействовать укреплению взаимопонимания и взаимной ответственности за процессы политической трансформации России.

6. Осмысление опыта политико-коммуникационной работы аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе позволяет представить модель современной службы по связям с общественностью в федеральных органах власти, которая, опираясь на свои информационные коммуникационные возможности, призвана обеспечивать не дискретные сигналы обратной связи, а устойчивую, планомерную и исследовательскую политико-коммуникационную деятельность.

Теоретическая значимость работы. В диссертации предложен многоаспектный анализ политико-коммуникационной деятельности служб по связям с общественностью федеральных органов власти (на примере работы пресс-службы аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе) и на этой основе дана характеристика их роли в политико-коммуникационных процессах современной России, что вносит определенный вклад в развитие теории государственного и политического управления вообще и теории политической коммуникации, в частности.

Практическая значимость результатов диссертационного исследования. Результаты диссертационного исследования могут иметь достаточно широкий спектр применения. Полученные результаты могут быть использованы при планировании, прогнозировании, управлении единым информационным пространством Российской Федерации и территориальных структур, в работе над совершенствованием информационно-коммуникационной работы органов государственного управления.

Основные положения диссертации, а также библиография могут быть использованы в образовательных программах по повышению квалификации государственных служащих, журналистов, специалистов в области социокультурной сферы; в учебном процессе студентов специальностей «Государственное и муниципальное управление», «Политология», «Связи с общественностью».

Апробация работы. Основные положения и выводы диссертации обсуждались на Пятой межрегиональной научно-практической конференции «Интегрированные коммуникации: теория и практика» (г. Нижний Новгород, ноябрь 2006 г.), научно-практической конференции «Актуальные проблемы PR-образования в современной России» (Нижний Новгород, март 2009 г.), Всероссийской научно-практической конференции «Журналистика в 2008 году. Общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ» (Москва, февраль 2009 г.), научно-практическом симпозиуме «Имидж государства / региона в современном информационном пространстве» (Санкт-Петербург, март 2009 г.), Международных научных чтениях в Москве «СМИ и массовые коммуникации - 2009» (Москва, октябрь 2009 г.), Международной научно-практической конференции «Журналистика в 2009 году. Трансформация систем СМИ в современном мире» (Москва, февраль 2010 г.) других научно-практических конференциях и симпозиумах.

Основные положения диссертации отражены в восьми научных публикациях общим объемом 3,0 п.л.

Структура диссертационного исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, включающих восемь параграфов, заключения, списка использованных источников и литературы, приложений.

II ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы, показывается степень научно-теоретической разработанности проблемы, определяются объект, предмет, цели и задачи, теоретико-методологическая основа исследования, научная новизна и научно-практическая значимость диссертации.

Первая глава «Теоретико-методологические основы анализа политической коммуникации в современном государственном управлении» посвящена рассмотрению основных подходов к определению политической коммуникации, ее месту и функциональному значению в полити-

ческой системе. Анализируется роль информационно-коммуникационных процессов в политическом управлении, раскрываются основные тенденции развития политической коммуникации в современной России.

В **первом параграфе** *«Политическая коммуникация как объект теоретических исследований. Ее место и функциональное значение в политической системе»* дается характеристика понятия «политическая коммуникация», раскрываются основные теоретические подходы к ее определению. В рамках современного политического процесса политическая коммуникация рассматривается как смысловой аспект взаимодействия субъектов политики путем обмена информацией в процессе борьбы за власть или ее осуществление. Диссертант дает определение термину «политическая коммуникация», под которым понимает процесс передачи политической информации, который структурирует политическую деятельность и придает ей новое значение, формирует общественное мнение и политическую социализацию граждан с учетом их потребностей и интересов.

Отмечается целесообразность рассмотрения политической коммуникации как функционального элемента политической системы общества, обеспечивающего взаимосвязь между другими ее компонентами. Диссертант приходит к выводу, что именно подсистема политической коммуникации обеспечивает устойчивость политической системы, основным признаком которой является сохранение информационно-коммуникационных связей.

Второй параграф *«Роль информационно-коммуникационных процессов в политическом управлении»* посвящен рассмотрению политической коммуникации как необходимого элемента эффективности управленческих отношений. Диссертант отмечает, что интегративным качеством политической системы, а значит, и ее сущностью, является политическая власть. Под политической властью автор понимает способность и возможность для тех, кто ею обладает, проводить свою волю в руководстве и управлении всем обществом, оказывать определяющее воздействие на поведение управляемых, мобилизовать на достижение поставленных целей и программ большие массы людей, регулировать отношения между отдельными группами людей.

Диссертант отмечает, что поскольку ключевым предметом исследования в политической науке являются отношения руководства — подчинения, это дает основания рассматривать власть и ее осуществление с позиции информационно-коммуникационного процесса, который пред-

полагает коммуникационное взаимодействие «управляющих» и «управляемых», точнее — информационный обмен между ними, ибо для обеспечения эффективности управления «управляющие» должны получать все необходимые сведения о действиях «управляемой» стороны и, руководствуясь этими сведениями, в зависимости от складывающейся ситуации формулировать последующие управленческие решения, направленные на то, чтобы реальное положение дел все более приближалось к поставленной цели.

Политическое управление диссертант определяет как основную форму регулирования общественных отношений в обществе, реализуемую в процессе самоорганизации политических субъектов, разделяющих базовые ценности политического режима, и основанную на распределении ответственности и взаимозависимости различных политических сил.

Политическое управление, по мнению автора, реально осуществимо только в демократическом режиме, являющим собой необходимое условие формирования субъектов политического участия. В самом деле, чем демократичнее общество, тем большее значение приобретает горизонтальный уровень обмена потоками политической информации, сопряжение господствующего коммуникационного потока, инициируемого государством, с информационными потребностями и приоритетами гражданского общества, формирующимися на более широкой ценностной основе.

Во всех проявлениях политической коммуникации, преследующей достижение некоей цели — либо путем управления одного политического актора действиями другого или других, либо путем взаимного согласования их позиций на основе консенсуса — общим моментом является двусторонний информационный обмен, или обратная связь.

В третьем параграфе «Государственная служба в системе современного государственного управления» рассматриваются основные теоретические концепции института государственного управления, а также различные подходы к определению этого термина.

Диссертант отмечает, что многообразие определений и трактовок государственной службы, указывающих на ее правовой, социальный, публичный характер, не противоречит идентификации государственной службы как института государственного управления, то есть фактически сложившейся, относительно обособленной организационно-функциональной структуры в целостной системе управления обществом. Государственная служба регулируется различными социальными

нормами (правом, моралью, обычаями, традициями) и выполняет функцию по государственному управлению. Это определение В.Е. Чиркина разделяет и автор работы.

Диссертант отмечает, что стратегия государства в отношении гражданского общества, реализуемая в деятельности PR-служб органов государственной власти, проявляется, прежде всего, в реализации определенной информационной политики. В условиях информационного общества она играет ключевую роль: во-первых, возрастает управленческое значение средств массовой информации, являющихся элементом общественных связей, а с другой — растет информированность граждан, получающих доступ к разнообразной информации, а также возможность участвовать в принятии политических решений и контроле за их исполнением.

Во *второй главе* «Принципы организации служб по связям с общественностью в органах государственной власти (на примере аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе)» систематизируются основные методологические подходы к функциональной характеристике связей с общественностью в государственном управлении, раскрываются основные принципы организации служб по связям с общественностью во властных структурах, анализируется конкретный опыт организации и политико-коммуникационной деятельности таких служб на примере пресслужбы аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе.

В *первом параграфе* «Полномочный представитель Президента РФ в федеральных округах в системе исполнительной власти Российской Федерации. Его предназначение и коммуникационная миссия» дается функциональная характеристика институту представительства Президента РФ в федеральных округах. На примере Приволжского федерального округа автор рассматривает основные направления деятельности полномочного представителя и его политико-коммуникационную миссию в структуре исполнительной власти Российской Федерации.

Анализируя Указ Президента РФ от 13 мая 2000 г. № 849 «О полномочном представителе Президента Российской Федерации в федеральном округе», автор выделяет основные задачи и функции полномочного представителя в федеральном округе, его права и должностные обязанности. Диссертант отмечает, что основные направления деятельности полномочного представителя Президента и его компетенция исходят из его положения в системе вертикали исполнительной власти во главе с

Президентом РФ и создают своеобразный территориальный уровень верховной исполнительной власти с делегированием ему определенных, хотя и значительно ограниченных, с точки зрения принятия решений, функций представительства интересов федерального центра в отдельных регионах.

Характеризуя коммуникационную роль нового политического института, диссертант отмечает, что полномочный представитель служит уникальным звеном в коммуникационной цепочке «Президент РФ — общественность федеральных округов РФ», своего рода посредником между федеральной властью и региональной общественностью, призванным способствовать налаживанию эффективного диалога между органами исполнительной власти и населением РФ, содействовать укреплению взаимопонимания и взаимной ответственности за процессы политической трансформации России.

Во *втором параграфе* «Деятельность пресс-службы аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе: организационная основа и принципы информационно-коммуникационной работы» рассматриваются функциональные особенности служб по связям с общественностью в сфере политики и государственного управления. Диссертант делает вывод, что способствование свободному одобрению гражданами действий и политики структур власти, поддержка властей конкретными действиями граждан является главной целью, критерием эффективности работы PR-служб в демократическом обществе. В этом случае связи с общественностью становятся важнейшим компонентом управления вообще и административного управления, в частности.

Функции служб по связям с общественностью применительно к госаппарату связаны с задачей демократически избранного правительства служить обществу, от которого оно получило полномочия. Вместе с тем, формирование открытого информационного пространства государства возможно лишь при условии обеспечения его целостности. В связи с этим можно выделить три основные функции PR-служб в органах власти: внешнюю, предполагающую взаимодействие с широкой общественностью; внутреннюю, обуславливающую сбор и анализ распространяемых в СМИ сведений о ведомстве; охранную, в соответствии с которой осуществляется защита государственных и служебных тайн и не предназначенной для широкой общественности информации.

Рассматривая специфику организации информационно-коммуникационной работы аппарата полпреда в Приволжском федеральном округе

ге, автор анализирует положение о пресс-службе и выделяет следующие функциональные задачи этого структурного подразделения: формирование позитивного имиджа аппарата в лице самого полномочного представителя Президента РФ и его заместителей; формирование совместно с заинтересованными федеральными органами государственной власти Российской Федерации единого общенационального информационного пространства; обеспечение условий для работы представителей федеральных, региональных и зарубежных СМИ по освещению деятельности аппарата; обеспечение мониторинга федеральных и региональных СМИ.

Основные функции пресс-службы автор определяет следующим образом: предоставление СМИ сведений о деятельности полномочного представителя Президента РФ, об издаваемых им актах, о заявлениях, выступлениях, встречах и других мероприятиях с его участием, а также с участием его заместителей; проведение постоянной и разовой аккредитации представителей СМИ для работы по освещению деятельности аппарата; организация пресс-конференций, интервью полномочного представителя Президента РФ и его заместителей, встреч с представителями средств массовой информации; подготовка и распространение в СМИ видео-, фото- и аудиоматериалов, связанных с деятельностью полномочного представителя Президента РФ; распространение заявлений и сообщений для СМИ; проведение брифингов по различным вопросам деятельности аппарата.

Характеризуя взаимодействие пресс-службы со средствами массовой информации, автор рассматривает правила аккредитации журналистов на освещение работы аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе, основные принципы информационной работы с прессой.

Политико-коммуникационную деятельность пресс-службы аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе, диссертант оценивает в целом положительно: были налажены интенсивные двунаправленные информационные потоки (аппарат полномочного представителя Президента РФ в ПФО — окружная общественность), сформирован стойкий интерес окружной прессы к деятельности нового института государственной власти в лице аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе и персонально приволжского полпреда.

Вместе с тем, на пути налаживания эффективного диалога с окружной общественностью пресс-службе приходилось решать ряд серьезных

проблем, как организационного, так и содержательного плана: проблему открытости власти; проблему объективности (адекватности); проблему политической нейтральности; проблему подчинение — подчиненность (многоступенчатость подчинения пресс-службы); проблему материально-технического обеспечения.

Третья глава «Эффективность политико-коммуникационных технологий взаимодействия властных структур с общественностью на уровне федеральных округов (на примере аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе)» посвящена анализу эффективности политико-коммуникационной работы представительства Президента Российской Федерации в Приволжском федеральном округе в период с 2000 по 2008 годы.

В первом параграфе «Информационно-коммуникационные технологии взаимодействия государственной власти с общественностью. Интернет-среда и новые политико-коммуникационные возможности» рассматриваются конкретные технологии информационно-коммуникационной работы органов власти с общественностью. Отмечается, что под информационно-коммуникационными технологиями в работе понимается совокупность наиболее целесообразных приемов, способов, процедур реализации коммуникационных функций, направленных на повышение эффективности информационно-коммуникационного процесса и достижение желаемых результатов в сфере информационной работы.

Автор рассматривает различные способы типологизации государственных коммуникационных процессов: по субъектам деятельности (правительственные, ведомственные, региональные и пр.), по объектам воздействия, т.е. целевым аудиториям (внешние, внутренние, национальные, международные) и по характеру воздействия (информационные, разъяснительные, имиджевые и т.д.).

Среди наиболее востребованных технологий PR-взаимодействия в зависимости от типа целевой аудитории выделяются следующие: с населением — референдумы, ежегодные (ежеквартальные, ежемесячные) доклады, «горячие» телефонные линии или телевизионные передачи, общественные приемные, связи с общественными и религиозными ассоциациями, награждение граждан и групп населения, совместные с бизнесом культурные мероприятия; со средствами массовой информации — медиа-планирование, распространение пресс-релизов, проведение пресс-конференций, брифингов, бэк-брифингов, организация актуальных интервью, подготовка собственных статейных материалов для

прессе, пресс-клиппинг и др.; с сотрудниками аппарата (внутренний PR) — календарь личных встреч с руководителем, групповые встречи с руководством, брошюры, письма, интерактивные видео-конференции, рассылки по электронной почте и другие.

Далее автор рассматривает новые политико-коммуникационные возможности — производные Интернет-среды. Диссертант выделяет принципиальные отличия интернет-СМИ от традиционной прессы: неограниченный охват и оперативность; революционно низкая себестоимость распространения информации; хранение информации в базах данных, поиск, анализ, т.е. повторное использование информации; полнота и мгновенная доступность архива ранее опубликованных статей; установление взаимосвязей между единицами информации — применение технологии гипертекста; интерактивность издания и новый уровень взаимоотношений с аудиторией, возможность персональных контактов; переход к мультимедийным технологиям превращает читателя в зрителя.

Наряду со СМИ, сеть Интернет сегодня становится основным средством обеспечения открытости власти и бизнеса для широкой публики, позволяя PR-структурам: предоставить значительной части общества возможность высказать свое мнение о важнейших проектах и планах до принятия окончательного решения; стимулировать появление информации, идущей «снизу вверх»; приблизить провинцию к источникам информации, что особенно важно для многонациональной России, где возможности центра и регионов всегда существенно отличались друг от друга; не подвергаться цензуре и другим видам фильтрации.

Таким образом, делается вывод, что новые информационные технологии создают материальные возможности полномасштабной реализации наиболее продуктивной модели PR — двусторонней сбалансированной связи.

Второй параграф «*Особенности взаимодействия с общественностью органов государственной власти (на примере аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе в период с 2000 по 2005 гг.)*» посвящен рассмотрению информационно-коммуникационной работы аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе в период становления федеральных округов (должность полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе занимал С.В. Кириенко).

Автор выделяет следующие политико-коммуникационные задачи, стоявшие перед аппаратом полпреда в обозначенный промежуток вре-

мени: разъяснение государственной политики Президента РФ в стране и в округе, в частности; работа с федеральными, региональными, муниципальными органами исполнительной власти с целью проведения в жизнь политики Президента РФ и формирования президентской вертикали власти; лоббирование федеральных интересов в различных сферах жизни округа (бюджетной, муниципального управления, строительство жилья, инвестиции, социальная политика и пр.); сбор информации о жизни региона; интеграция коммуникационных ресурсов Приволжья, создание единого окружного информационного пространства.

Характеризуя общественность Приволжского федерального округа, автор выделяет следующие целевые группы: журналисты (печатных и электронных СМИ; местные, региональные и федеральные); представители власти различных уровней (федеральной, региональной, муниципальной); общественные организации; религиозные объединения; население, условно поделенное на «элиту» (руководители крупных коммерческих структур), «актив» (наиболее информированная и социально активная часть населения) и «массы». Для каждого из этих типов аудиторий разрабатывается свой набор PR-инструментов, способ донесения и каналы передачи информации.

Анализируя работу пресс-службы аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе в обозначенный период, диссертант выделяет следующие политико-коммуникационные технологии, доказавшие свою эффективность: подготовка и рассылка пресс-релизов; подготовка пресс-пакетов; комментарий первого лица; пресс-конференция; брифинг; бэк-брифинг (встреча первого лица с журналистами в формате «не для печати»); интервью; теледебаты; пресс-конференции в режиме «он-лайн»; выпуск собственных медийных проектов; медиа-планирование; использование ресурсов сети Интернет (все пресс-релизы помещались на сайтах www.smi-nn.ru и www.pfo.ru).

В качестве примера информационно-коммуникационной работы пресс-службы аппарата полпреда в Приволжском федеральном округе автор рассматривает позиционирование в окружном медиа-пространстве «Социального форума-2004». Диссертант выделяет стратегические задачи и цель проекта, анализирует механизм его продвижения, а также основные коммуникационные результаты проведенного мероприятия.

Рассматривая конкретные коммуникационные практики взаимодействия пресс-службы аппарата полпреда с прессой, автор приводит данные проведенного контент-анализа информационного присутствия пол-

номочного представителя на страницах региональной вкладки газеты «Российская газета», анализирует медиа-проекты, созданные с участием пресс-службы аппарата полпреда: телевизионную программу «Соседи» и газету с одноименным названием, а также использование ресурсов сети Интернет. Диссертант отмечает, что одним из первых в округе полпред начал применять такую технологию, как мультимедийные способы общения с аудиторией — пресс-конференции в режиме он-лайн.

Характеризуя итоги информационной работы аппарата полпреда в обозначенный период, автор делает вывод, что используемый для решения коммуникационных задач PR-инструментарий был адекватен текущей общественно-политической ситуации, отражал специфику информационной работы в органах государственной власти, был направлен на решение не только тактических, но и стратегических коммуникационных задач.

Подводя итоги информационной работы, диссертант отмечает, что благодаря усилиям пресс-службы был сформирован стойкий интерес журналистов к работе аппарата полпреда и к фигуре самого полномочного представителя. Благодаря планомерной работе по генерированию эксклюзивных информационных поводов удалось сформировать образ полпреда как деятельного, прогрессивно мыслящего, мобильного чиновника нового образца, стремящегося к максимально эффективной деятельности на профессиональном поприще и осознающего всю важность и значимость информационной работы.

*В **третьем параграфе** «Политико-коммуникационные технологии и приемы взаимодействия с общественностью округа аппарата полпреда Президента РФ в Приволжском федеральном округе в период с 2005 по 2008 гг.» анализируется информационно-коммуникационная модель взаимодействия с общественностью аппарата полпреда в период с 2005 по 2008 гг. (должность полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе занимал А.В. Коновалов).*

Автор выделяет следующие принципы политико-коммуникационной работы в обозначенный временной отрезок: информационная открытость, готовность к диалогу со СМИ; одинаково ровное отношение ко всем акторам медиа-рынка; партнерские, без доминирования со стороны административного центра ПФО отношения с пресс-службами территорий, входящих в округ; одинаково интенсивные двунаправленные потоки в направлениях «центр — регионы» и «регионы — центр»; освещение работы окружного полпредства как профессиональной команды чиновников-управленцев, работающих четко и слаженно; присутствие

первого лица в информационном пространстве в режиме необходимости и целесообразности.

Циркулирующая с участием пресс-службы информация классифицируется следующим образом: директивные указания «сверху» (поручения провести мероприятия, внести свои предложения о целесообразности того или иного шага); предложения, инициированные самой пресс-службой (пресс-конференции, брифинги и пр.); мероприятия экстренного реагирования, предполагающие активное участие пресс-службы в преодолении кризисных ситуаций.

Решая поставленные перед полпредом политико-коммуникационные задачи, пресс-служба использовала следующие технологии взаимодействия с окружной общественностью: выступления руководителя (полпреда и заместителей) перед целевой аудиторией (пресс-конференции, выступления перед значимыми социальными группами и т.п.); телевизионные и печатные проекты, созданные при участии пресс-службы аппарата полпреда (информационная передача «Вести ПФО», журнал «Федеральный вестник Поволжья — Удмуртия»); создание и администрирование сайта в сети Интернет; мультимедийные способы общения с аудиторией (Интернет-пресс-конференции); медиа-планирование. Диссертант отмечает такую форму взаимодействия аппарата полпреда с прессой, как проведение PR-саммита (2006 г.) и окружной научно-практической конференции «Социальная миссия прессы в современном обществе» (2007 г.).

Анализируя взаимодействие пресс-службы аппарата полпреда со средствами массовой информации, автор приводит данные проведенного контент-анализа печатных материалов, освещающих деятельность аппарата полномочного представителя в газетах «Нижегородские новости» и «Российская газета». Отмечается, что информационное присутствие полномочного представителя Президента РФ в ПФО на страницах изданий отвечало принципу целесообразности и профессиональной необходимости, исключавшему доминирование полпреда на медиaproстранстве округа. Выделяются следующие характеристики, положенные в основу формирования имиджа приволжского полпреда на страницах издания: работоспособность, обстоятельность, добросовестность, взвешенность, скромность, закрытость. Позиционирование полпреда велось исключительно на основе профессиональных характеристик. Заметим, что материалы отличаются спокойной, взвешенной интонацией, отсутствием «жареных» фактов и эпизодов.

В коммуникационной практике аппарата полномочного представителя Президента РФ в ПФО реализовывались и медиа-проекты, созданные при активном участии работников пресс-службы. В их числе можно отметить телевизионную программу «Вести ПФО», журнал «Федеральный вестник Поволжья — Удмуртия». Они решали следующие коммуникационные задачи следующие: информирование о деятельности аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе; информирование о политической, экономической, социальной жизни территорий, входящих в округ; интеграция информационного пространства округа; репутационный менеджмент аппарата полпреда, формирование благоприятного имиджа полномочного представителя Президента РФ на территории вверенного округа; налаживание эффективных каналов обратной связи с населением округа для изучения настроений окружной общественности; просветительские задачи, имеющие целью информирование населения округа о социальных, экономических, политических программах Президента и Правительства РФ.

Определяющее значение в формировании эффективной коммуникации с окружной общественностью приобрело администрирование сайта в сети Интернет. Контент сайта www.pfo.ru включает в себя разделы, которые можно классифицировать как: информационные (под рубриками «Главное», «Важно», «Новости», «Анонсы», «Выступления», «Жизнь регионов», «Темы», «Новости приоритетных национальных проектов», «Информация для СМИ», «Фотоальбомы»); справочно-аналитические («Округ», «Аппарата», «Полномочный представитель Президента РФ», «Совет ПФО», «Общественный совет», «Координационный совет», «Институты», «Государственные символы»); проекты, инициированные аппаратом приволжского полпреда («Фонд «Антикоррупция», «Малые академии государственного управления», «Ассоциация студенческого баскетбола», «Проект «Городец XXI века», «Окружной конкурс социальных и культурных проектов «Семейный очаг»); консультационно-интерактивные («Центры социально-правовой поддержки», «Ответы на письма», «Правовая помощь»). Много внимания уделялось интерактивному общению с аудиторией. Такие разделы, как «Общественная приемная», «Ответы на письма», «Правовая помощь» расширяют степень участия полпреда в жизни рядовых граждан, делают более детальной и практически направленной обратную связь с жителями округа.

Подводя итоги политико-коммуникационной работы аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе, автор отмечает следующие приоритетные информационно-коммуникационные цели и задачи, стоявшие перед полпредом в обозначенный период: контроль за общественно-политическими процессами, происходящими в округе, содействие реализации национальных проектов, развитию межрегиональных связей и интеграции территорий, входящих в состав Приволжского федерального округа. Для решения этих задач использовался адекватный информационным потребностям набор PR-технологий. Образ полномочного представителя формировался, прежде всего, через функциональные характеристики его поста и определялся, в первую очередь, профессиональными, а не личными характеристиками.

Вместе с тем, эффективное PR-взаимодействие осложняли следующие проблемы становления и функционирования служб по связям с общественностью во властных структурах: отсутствие четкой стратегии PR не позволяло службам по связям с общественностью в полной мере реализовать свои коммуникационные функции; необходимость построения субъект-субъектной модели PR-коммуникации, основанной на принципах паритетного, диалогического общения власти с общественностью, осложнялось, с одной стороны, неготовностью властных структур выстраивать симметричную диалоговую коммуникацию, а с другой — незрелостью самого российского гражданского общества, переживающего этап становления; построение деятельности по связям с общественностью по принципу симметричной коммуникации требовало от специалистов по связям с общественностью развития особых умений и навыков, не востребованных в монологической коммуникации по модели «сверху - вниз»; существенной проблемой являлась и недостаточность критериев отбора и классификации «открытой» и «закрытой» информации, избыточная фильтрация сведений, желание ограничить общественность в ее праве получения оперативной и правдивой информации о работе органа власти. Преодоление этих проблем и поиск адекватных путей PR-взаимодействия властных структур с общественностью находится на повестке дня современной политической науки.

В заключении подводится краткий итог исследования, делаются основные выводы, которые могут быть востребованы в дальнейшей исследовательской работе, связанной с вопросами теоретического и практического анализа политико-коммуникационных технологий в органах государственной власти и управления.

Поскольку связи с общественностью в государственном управлении призваны содействовать государству в разрешении коммуникационных противоречий между плюрализмом политической сферы общества и целостностью государственной власти, политико-коммуникационные технологии становятся важным элементом функционирования и реализации государственной информационной политики, необходимым условием сопряжения господствующего коммуникационного потока, инициируемого государством, с информационными потребностями и приоритетами гражданского общества, формирующимся на более широкой ценностной основе.

Уникальный правовой статус представительства Президента РФ в федеральных округах обеспечивает ему эксклюзивное место центрального государственного учреждения в российских регионах, а выполнение важнейших информационных и контролирующих функций, формирование «прозрачных» взаимоотношений центра с периферией обеспечивает коммуникационную равноудаленность от Москвы практически всех территорий РФ, дает уникальные возможности информационного обмена «из первых рук», делает понятнее и ближе политику федерального центра в регионах. В свою очередь, региональная проблематика политической, экономической, социальной, культурной жизни также становится прозрачной для федерального центра, благодаря детальному информированию исполнительная власть обретает важнейшие информационные рычаги для принятия того или иного управленческого решения, снабжается эксклюзивными сведениями из жизни регионов.

Особенности позиционирования полномочного представителя Президента Российской Федерации в окружном информационном пространстве определяются спецификой выполняемой им коммуникационной роли. Учитывая, что полпред назначается Президентом РФ, а не выбирается населением, в отличие от фигуры мэра, для представителя Президента РФ задача завоевать симпатии электората не актуальна. У него есть задача предоставить информацию. От симпатий населения полпред зависит только в ракурсе отношения населения к Президенту РФ. Поэтому одной из коммуникационных задач аппарата полномочного представителя является продвижение имиджа Президента РФ, донесение и разъяснение его решений окружной общественности. Только с такой точки зрения мы можем утверждать необходимость для самого полномочного представителя быть известным в округе, авторитетным, влиятельным. Хотя, по сути, он может быть совершенно не публичной фигурой — и та, и другая коммуникационные модели взаимодействия

полномочного представителя Президента РФ с окружной общественностью были представлены в деятельности полномочных представителей в Приволжском федеральном округе в анализируемый нами период.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

Статьи в периодических изданиях, включенных в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней кандидата и доктора наук ВАК Министерства образования и науки РФ:

1. Коданина А.Л. Коммуникационные модели взаимодействия органов государственной власти с общественностью (на примере деятельности пресс-службы аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе в период с 2000 по 2007 гг.). // Аспирантский вестник Поволжья. № 3–4 (12), 2007. С. 122–126. – 0,45 п.л.

2. Коданина А.Л. Взаимодействие пресс-службы органов государственной власти с редакциями газет (на примере работы пресс-службы аппарата полномочного представителя Президента РФ в Приволжском федеральном округе с редакцией газеты «Нижегородские новости» в 2005–2007 гг.) // Медиаскоп: электронное научное издание № гос. регистрации 0420800082, Москва: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. – 2008. – № 2. – регистрационный номер статьи 0420800082\0033. – 0,5 п.л.

Тезисы и статьи:

3. Коданина А.Л. Коммуникационная модель взаимодействия органов государственной власти с общественностью в современной России // Интегрированные коммуникации: теория и практика: Материалы 5-й межрегиональной научно-практической конференции. – Н.Новгород: НКИ, 2006. – 126 с. – С. 55–57. – 0,2 п.л.

4. Коданина А.Л. Коммуникационная деятельность PR-структур как элемент медиарынка (на примере работы пресс-службы аппарата полномочного представителя Президента РФ в ПФО) // Нижегородская журналистика: история и современность: Сборник материалов научно-практической конференции. – Н.Новгород: ННГУ, 2009. – 139 с. – С. 119–123. – 0,4 п.л.

5. Коданина А.Л. Медиарилейшнз органов государственной власти. // Пресс-служба. – М., № 2, 2009. – С. 66–73. – 0,5 п.л.

6. Коданина А. Л. Позиционирование госчиновника на страницах прессы (имидж полномочного представителя Президента РФ в Приволжском ФО А.В. Коновалова). // Имидж государства / региона в современном информационном пространстве: материалы симпозиума 23—24 марта 2009 г. / Отв. ред. А. Д. Кривоносов. – СПб: Роза мира, 2010. – С. 400–404. – 0,35 п.л.

7. Коданина А.Л. Позиционирование органов государственной власти в условиях кризиса // Журналистика в 2009 году. Трансформация систем СМИ в современном мире: Материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 9–11 февр. 2010 г. – М.: факт журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2010. – 576 с. – С. 22. – 0,1 п.л.

8. Коданина А.Л. Связи с общественностью в органах государственной власти и управления // Социология власти. №2, 2010. – С. 218–227. – 0,5 п.л.

Формат 60×84 1/16.
Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура Times New Roman.
Усл. печ. л. 1. Тираж 100 экз. Заказ 216.

Отпечатано в Центре цифровой печати
Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского
603000, Н. Новгород, ул. Б. Покровская, 37.