Степанова Мария Михайловна

Академия управления и экономики

**Проблема эффективного взаимодействия муниципальной власти и граждан через создание информационного пространства районными печатными изданиями**

Эффективным взаимодействием можно назвать такой процесс, в результате которого стороны достигают поставленных целей. Если рассматривать названную проблему с точки зрения представительства муниципальной власти, редакции издания и районной общественности, то возникнет необходимость согласовать цели трёх сторон.

Цель районной муниципальной власти, в контексте данной ситуации, заключается в создании позитивного образа власти, для повышения её легитимности через гармонизацию отношений с гражданами. «Главная цель местного самоуправления состоит в том, чтобы улучшить качество жизни каждого человека муниципального образования, чтобы осуществить гармонизацию прав и свобод человека и гражданина с интересами государства и общества. Вышесказанное соответствует принципу современного социального демократического государства, в котором высшая ценность человек, его права и свободы»[[1]](#footnote-1) - так, в идеале, выглядит миссия муниципальной власти в гражданском обществе. Властные структуры, особенно на муниципальном уровне, не стремятся наладить связь с гражданами и не зависят от уровня накопления паблицитного капитала. Возможно, причина в том, что во властные структуры не озадачены вышеизложенной миссией, а также в рассогласовании деятельности подразделений и избегании транспарентности своей деятельности.

Целью руководства и редакций печатных изданий, должно быть создание такого информационного продукта, который будет высоко оценен читателями. За счет этого можно будет получать прибыль, и продолжать создание информационного пространства, в котором будет жить часть населения, ограниченная местом проживания. Причиной нежелания сделать шаг навстречу аудитории является сильная финансовая и идеологическая зависимость издания от владельца, которыми зачастую являются представители государственных и частных организаций.

Для достижения поставленной цели необходим высокий уровень независимости издания от политических и коммерческих структур, отсутствие ангажированности. «Однако в большинстве бывших республик Советского Союза, особенно в России, независимые газеты до сих пор найти трудно. От 95 до 98 процентов всех региональных и местных газет (общим числом приблизительно 2 700, в основном ежедневных) остаются рупорами правительства. Они находятся в собственности муниципалитетов, областей или республик, входящих в состав России. Практически ни одно из таких изданий не может в экономическом плане функционировать самостоятельно. Эта статистика подтверждается как российским Союзом журналистов, так и Фондом защиты гласности[[2]](#footnote-2)» - считает эксперт Г. Обермайер[[3]](#footnote-3). Современная ситуация в России такова, что владельцы линеек медиагрупп печатают свои издания для того, чтобы продвигать в них свои интересы и создавать у читающей аудитории определенные суждения. Часто редакции вовсе не ставят своей задачей поддержание и развитие отношений с читателями, удовлетворение их коммуникативных потребностей. Сегодня на медиарынке огромное количество печатных изданий. Если взять, например, прессу в Санкт-Петербурге, то за 2008 год в данный сегмент рынка было вложено 4,6 млрд руб.[[4]](#footnote-4) Эксперты утверждают, что большинство изданий на сегодняшний день являются убыточными. Возможно, причина этого лежит в том, что многие издания не берут во внимание функцию гармонизации отношений власти и общественности.

Целью граждан является удовлетворение социальной потребности и потребности в безопасности, через ощущение себя частью общества. В современных изданиях редко проявляется инициатива граждан в выяснении проблемы. Основное обсуждение происходит через неформальные каналы коммуникации: слухи, сарафанное радио, рекомендации знакомых, различные интернет ресурсы локальные лидеры мнений. Использование лидера мнений является очень действенной и эффективной пиар-технологией. Но локальный лидер мнений[[5]](#footnote-5) чаще всего не используется, как инструмент воздействия на аудиторию. Причина того, что социальные проблемы не становиться публичным дискурсом может скрываться в предвзятом недоверии к средствам массовой информации и тенденции выходить из сложных ситуаций самостоятельно, «думать своей головой», по принципу «каждый сам за себя».

Согласовав интересы трех сторон, можно наладить эффективное взаимодействие муниципальной власти, граждан района и местного издания. Эта цель стоит не столько перед редакцией, сколько перед представительством государственных, а также коммерческих организаций. Создание информационного пространства района – это актуальная задача, которая решается как со стороны власти, так и со стороны общественности. Создание неофициальных сайтов и другие виды он-лайн коммуникации (как то локальная сеть, специальные группы в социальных сетях) являются показателем того, что граждане неравнодушны к общественным делам. Использование этого материала, как основы интерактивности и полемичности издания, необходимо при создании районного журнала, или газеты.

Инициативу в объединении сторон может взять на себя пресс-служба муниципальной власти, активисты из районной общественности, или редакция районной газеты. Если на федеральном уровне, или уровне города власти содержат свою пресс-службу, то у муниципальных властей нет возможности выделить деньги на её содержание, поэтому граждане не видят лица местных депутатов, главы муниципалитета, не знают о принятии и исполнении новых законов, не участвуют в политической жизни района. В некоторых районах находятся активисты, способные объединить соседей в борьбе за свои права, они создают неофициальные сайты, выступают на собраниях муниципалитета со стороны граждан, создают информационное пространство района.

Примером такой деятельности может послужить создание рекламно-информационной газеты города Красное Село в мае 2007 года. Андрей Хмельковский и Наталья Кирсанова – учредители издания – прекрасно справляются с задачей гармонизации взаимодействия местной власти и граждан.

Газета выходит раз в неделю, распространяется бесплатно в Красном Селе и близлежащих населенных пунктах. Формат издания А2, обычно публикуется не более 6-7 полос. Тираж не превышает двадцати тысяч экземпляров, несмотря на то, что в городе проживает больше сорока тысяч людей[[6]](#footnote-6). Тем не менее, издание играет важную роль в жизни города: объединяет людей, создает «повестку дня», максимально совпадающую с личной граждан этого района. Социальные проблемы не могут не заинтересовать человека, живущего в современном мире. В отличие от городских, тем более национальных изданий «повестка дня» районного издания имеет больше шансов совпасть с личной «повесткой дня» граждан конкретного района. На базе этого издания, создано то, что называют четвертой властью. Интересы работников социальной сферы, людей среднего достатка, представителей «малого бизнеса» переданы вниманию общественности.

Наиболее актуальным вопросом является гармонизация отношений власти и гражданина. Эту проблему целесообразней рассматривать в масштабе отдельного района. Гораздо проще решать локальные проблемы, которые на сегодняшний день нуждаются в публичном освещении и, особенно, обсуждении.

Изначально, газета не представляла интереса в контексте данной статьи. В основном она состояла из рекламных модулей и текстов рекламного характера представителей мелкого бизнеса. Но затем, стало появляться всё больше писем читателей, которые выносили в «повестку дня» проблемы граждан. Затем в газете стали появляться публикации представителей различных подразделений муниципальной власти – главы Муниципального Округа Красного Села, инспектора штаба УВД, печатаются протоколы заседаний единой комиссии Местной Администрации с повесткой дня, перечнем участников и выводами. На сегодняшний день, издание «Новый Красносёл» является интерактивной газетой, где представлены точки зрения редакции, представителей государственной власти, различных категорий граждан, представителей «малого бизнеса». Этот проект создан в рамках одного района за счет наличия осознания каждой стороной данной коммуникации себя, как части одного механизма – механизма эффективного взаимодействия муниципальной власти и населения района-города Красное Село.

Самым ценным параметром канала, который сможет нести мировоззренческую функцию, является его интерактивность. На более высоком уровне «потребления» информации важнейшим критерием доверия к каналу является его полемичность. Интерактивность и полемичность наряду с качественной работой журналистов и редакции, их умением находить интересные целевой аудитории информационные поводы, могут сделать канал действительно интересным. Тем самым увеличить его рейтинг и, соответственно, прибыль. Именно этим путем следует редакция рассмотренной газеты, которая может считаться независимой.

На данном этапе развития информационного общества в сфере печатных изданий можно отметить кризис. Более девяноста процентов всех печатных изданий являются ангажированными государственными и коммерческими организациями. Несмотря на огромные денежные средства, вложенные в сегмент прессы, она не является эффективной с точки зрения проблем взаимодействия различных социальных институтов и граждан. Но в любой тенденции существуют исключения, примером которого послужила районная интерактивная информационно-аналитическая газета «Новый Красносёл».

Создание информационного пространства района – это актуальная задача, которая в ближайшем будущем будет решена. Из рассуждений, представленных в данной статье, следует вывод, что инициатором данного процесса может являться независимое районное печатное издание (а также интеренет-ресурс), содержание которого требует творческого подхода, энергии, уважительного отношения к району, местной власти, населению, и которое, при этом, может приносить постоянный доход за счет рекламодателей.

Через местное издание могут быть налажены отношения трех сторон: граждан, муниципальной власти, коммерческих организаций районного уровня. В данной статье были рассмотрены цели каждой из сторон и проблемы, препятствующие созданию общего информационного пространства. Решить эту проблему на уровнях страны, региона, или города можно через гармонизацию взаимодействия народа и власти на локальном уровне. Но этот процесс также требует импульса, энергии и времени, а главное: общественного самосознания людей, проживающих рядом друг с другом. Заданная тема актуальна тем, что на данный момент не выработан процесс создания информационного пространства. В некоторых случаях, нет осознания необходимости его создания. В статье были сформулированы преимущества, которые получит власть, народ и СМИ.

1. Калинкина М.Ю. Проблемы взаимодействия местного самоуправления города Москвы и государства на современном этапе//Сборник докладов. РГГУ. IV Чаяновские чтения «Экономика. Государство. Человек».- Москва, 2004. [↑](#footnote-ref-1)
2. Главным центром исследований СМИ, который финансируется Соединенными Штатами, ЮНЕСКО и рядом европейских неправительственных организаций [↑](#footnote-ref-2)
3. Herman J. Obermayer, “Russia’s Dysfunctional Media Culture,” Policy Review Online [http://www.policyreview.org/aug00/obermayer.html]. Перевод Татьяны Сафроновой. [↑](#footnote-ref-3)
4. по данным экспертов рынка рекламы в прессе для круглого стола "Медиарынок Петербурга 2008 - итоги года, тенденции, перспективы развития" [↑](#footnote-ref-4)
5. Человек, имеющий широкую сеть контактов, который своим поведением и суждениями воздействует на знакомых. Также локальный лидер мнений может быть специалистом в определенной области. Через него и будет происходить знакомство общественности с новыми явлениями, товарами и различными процессами, в том числе, с причинами социальных проблем [↑](#footnote-ref-5)
6. По данным с официального сайта города[http://www.krasnoe-selo.ru/stat\_pass.php] [↑](#footnote-ref-6)