**Государственное образовательное учреждение**

**высшего профессионального образования**

**Московский городской университет управления Правительства Москвы**

Институт профессиональной переподготовки и

повышения квалификации

Учебный центр государственного и муниципального управления

Образовательная программа профессиональной переподготовки

«Государственное и муниципальное управление»

Выпускная аттестационная работа

**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ ГОРОДА МОСКВЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

2010

**Оглавление**

Введение

Глава 1. Теоретические основы связей с общественностью по реализации государственной информационной политики Правительством Москвы

1.1. Цели, задачи и принципы деятельности исполнительных органов государственной власти города Москвы по реализации государственной информационной политики

1.2. Содержание и процесс реализации государственной информационной политики Правительством Москвы

1.3. Место связей с общественностью в реализации Правительством Москвы эффективной государственной информационной политики.

Глава 2. Организация связей с общественностью в исполнительных органах государственной власти города Москвы

2.1. Организационная структура связей с общественностью в исполнительных органах власти города Москвы

2.2. Организация взаимодействия органов исполнительной власти города Москвы со средствами массовой информации

2.3. Организация информационных потоков в системе «власть – общество» в городе Москве

Глава 3. Основные направления совершенствования деятельности по связям с общественностью в исполнительных органах государственной власти города Москвы

3.1. Формирование имиджа исполнительных органов власти города Москвы методами Public Relations.

3.2. Организация связей с общественностью в конфликтных ситуациях

3.3. Оптимизация взаимодействия исполнительных органов власти и средств массовой информации

Заключение

Список литературы

**Введение**

**исполнительная власть связь общественность**

Успех деятельности практически любой организации в значительной степени зависит от ее позитивного восприятия обществом. Вполне очевидно, что государственные организации, нацеленные на создание благоприятной общественной атмосферы и установление позитивных и долговременных связей с общественными институтами, социальными группами и отдельными гражданами, будут более успешны, а их деятельность будет протекать в обстановке взаимного понимания и адекватного реагирования со стороны общества на любые их действия и инициативы.

Созданию атмосферы взаимного доверия между гражданами и государством служит специализированная управленческая деятельность − Public Relations (PR), которую в отечественной политической практике и литературе называют «связи с общественностью». В нашей стране это понятие и связанные с ним научные дисциплины появились относительно недавно, но очень активно развиваются. Развитие деятельности по связям с общественностью привело к созданию многочисленных специализированных PR-структур, служб по связям с общественностью в органах государственной власти. Они участвуют в деятельности профессиональных объединений, среди которых Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО)[[1]](#footnote-1), Международный клуб PR-управляющих «PRофессионал»[[2]](#footnote-2) и другие организации, объединяющие специалистов в области PR и представляющие их интересы во взаимоотношениях с властью. Несмотря на колоссальную проделанную работу в направлении развития связей с общественностью, имеется ряд проблем, требующих анализа и поиска решений.

Становление и развитие демократии в России постепенно приводит к тому, что связи с общественностью становятся публичным общественным институтом, призванным служить согласованию интересов различных социальных групп, политических и профессиональных сообществ, в котором удивительным

образом переплетаются своеобразная взаимная заявка интересов общества и государства и адекватное реагирование на них посредством осуществления механизма обратной связи[[3]](#footnote-3). Вместе с тем, в настоящее время в повседневной деятельности задействуется не весь потенциал связей с общественностью для достижения практических задач.

Следует также указать на объективную потребность формирования новой культуры государственного управления, при которой управляющие и управляемые взаимодействуют не как элементы бюрократической системы, а как равноправные участники процесса управления. В то же время, связи с общественностью не всегда эффективно решают задачи формирования соответствующих мотиваций у сотрудников и должностных лиц органов государственной власти.

Актуальность данного исследования подтверждается также неоднозначным восприятием обществом деятельности Правительства Москвы в целом и отдельных исполнительных органов власти города. Недостаточная теоретическая проработка проблем, с которыми специалистам по связям с общественностью приходится сталкиваться на практике, недостаток научно обоснованных методик по управлению общественным мнением, не применение на практике инновационных подходов и средств, не позволяет добиться нужных результатов деятельности органов власти города.

Объектом исследования в данной работе является взаимодействие общества и органов исполнительной власти в городе Москве.

Предметом исследования аттестационной работы является совершенствование деятельности структур по связям с общественностью органов исполнительной власти города Москвы.

Цельюданной работы является определение имеющихся проблем в деятельности по связям с общественностью в органах исполнительной власти города Москвы, путей их решения и, на основе этого, формулировка основных направлений совершенствования связей с общественностью в органах государственной власти города Москвы.

Цель аттестационной работы реализуется в решении ряда задач:

* определить теоретические основы деятельности органов исполнительной власти города Москвы по связям с общественностью;
* раскрыть основные проблемы и противоречия в организации связей с общественностью в органах исполнительной власти города Москвы;
* выявить потенциальные резервы в совершенствовании связей с общественностью в органах исполнительной власти и сформулировать ключевые направления дальнейшего развития деятельности по связям с общественностью в органах государственной власти города Москвы.

Теоретическую основу аттестационной работы составили работы российских исследователей в области коммуникации, журналистики, связей с общественностью, рекламы, общественного мнения и массовой информации. Комплекс проблем, исследуемых в этих работах, достаточно широк и разнообразен, а совокупность подходов и мнений охватывает самые различные области коммуникаций, поэтому, учитывая конкретные цели и задачи аттестационной работы, теоретическое исследование проводилось по тем направлениям, которые наиболее принципиальны для данной работы. В качестве основных можно выделить следующие направления теоретического исследования:

* принципы и цели государственной информационной политики;
* теоретические концепции связей с общественностью;
* роль связей с общественностью в деятельности организации;
* практические аспекты связей с общественностью.

Обзор различных теорий связей с общественностью, развитие коммуникационных исследований в ХХ веке и новые тенденции в этой сфере человеческой деятельности представлены в работах Чумикова А.Н. и Бочарова М.П., коллектива авторов под руководством Комаровского В.С., коллектива авторов под руководством Засурского Я.Н. и др.

Методологической основой исследования послужили принципиальные положения и разработки в области теории связей с общественностью и государственной информационной политики. При подготовке аттестационной работы использованы как общенаучные методы анализа и синтеза, обобщения, сравнительного анализа, так и эмпирические методы наблюдения и контент-анализа.

Наряду с общенаучными методами исследования были использованы также системно-функциональный, сравнительный и теоретико-прогностический методы.

Системно-функциональный метод сыграл важную роль при анализе взаимосвязей, возникающих в процессе взаимодействия общества и органов власти, а также для определения места планирования связей с общественностью в управленческом процессе. Сравнительный метод использовался для сопоставления подходов к государственной информационной политике с настоящее время и в 90-х годах ХХ века, а также при анализе нормативных правовых актов, регулирующих деятельность органов власти в сфере связей с общественностью. Теоретико-прогностический метод использовался для перевода теоретических положений данного исследования в практические рекомендации по конкретным вопросам организации связей с общественностью в органах государственной власти города Москвы.

При подготовке данного исследования автору помогли участие в работе по организации избирательных кампаний различного уровня, опыт организации документооборота и контроля исполнения поручений в префектуре Северо-Восточного административного округа города Москвы. Результаты наблюдений и практического опыта автора составили эмпирический материал, использованный в данной аттестационной работе. Особую практическую значимость имеют анализ и систематизация проблемных ситуаций, которые могут возникнуть во всех без исключения органах власти, а также разработка конкретных и обоснованных с конституционно-правовой точки зрения предложений по совершенствованию планирования связей с общественностью, а также путей реализации этих предложений.

**Глава 1. Теоретические основы связей с общественностью по реализации государственной информационной политики Правительством Москвы**

* 1. Цели, задачи и принципы деятельности исполнительных органов государственной власти города Москвы по реализации государственной информационной политики

Государственная информационная политика − комплекс политических, правовых, экономических, социально-культурных и организационных мероприятий государства, направленный на обеспечение конституционного права граждан на доступ к информации. Государственная информационная политика − это «особая сфера жизнедеятельности людей, связанная с воспроизводством и распространением информации, удовлетворяющей интересы государства и гражданского общества, и направленная на обеспечение творческого, конструктивного диалога между ними и их представителями»[[4]](#footnote-4).

Право граждан на информацию является одним из важнейших политических и личных прав. Конституция Российской Федерации, принятая в 1993 году, устанавливает, что органы государственной власти и органы местного самоуправления, их должностные лица обязаны обеспечить каждому человеку и гражданину возможность ознакомления с документами и материалами, непосредственно затрагивающими его права и свободы. Реализация права граждан на информацию, обеспечение свободного доступа к имеющей общественное значение информации, информационная открытость органов власти являются важнейшими условиями и критериями функционирования правового государства. Именно реализация права граждан на информацию обеспечивает реальное, а не только формальное участие граждан в жизни государства.

Следует подчеркнуть особую значимость этого права: оно выступает связующим элементом всей системы основных прав и свобод. Только при условии его соблюдения можно говорить о фактической реализации личных, политических, социальных, экономических, экологических и культурных прав и свобод.

Простота и легкость получения гражданами необходимой и интересующей их общественно значимой информации является самым надежным индикатором цивилизованности государства. Доступ к информации обеспечивает гражданам контроль деятельности органов власти и создает основу для компетентного обсуждения их действий. Если люди не знают, что происходит в их обществе, если действия тех, кто ими правит, скрыты, они не могут принимать осознанного деятельного участия в делах общества и государства. Информация не просто необходима для граждан, это еще и важнейшая характеристика демократического государства.

Наша страна в настоящее время находится на стадии формирования и укрепления демократических ценностей, гражданского общества, в том числе и системы информирования населения о деятельности органов власти, как необходимой части гражданского общества.

Основополагающими принципами деятельности Правительства Москвы по реализации государственной информационной политики в соответствии с российским законодательством является обеспечение прав и свобод граждан и организаций в информационной сфере, обеспечение свободы массовой информации и защита граждан и организаций от злоупотребления этой свободой.

В Москве сосредоточены самые влиятельные российские средства массовой информации, поэтому крайне важно, чтобы размещаемые в них материалы объективно отражали социально-экономические и общественно-политические процессы в городе. Обеспечение свободы слова рассматривается Правительством Москвы как одно из решающих условий дальнейшего развития города, выработки эффективных механизмов социального регулирования.

Деятельность Правительства Москвы по реализации информационной политики основана на гуманистических принципах, отвечающих ценностным ориентирам демократии и социальной справедливости, человеколюбия и прав личности.

Основная сущность информационной политики, реализуемой в деятельности органов власти столицы была отражена в принятом еще 23 августа 1994 года программном постановлении Правительства Москвы № 703 «О дополнительных мерах по организации информирования населения о деятельности Мэрии и Правительства Москвы»[[5]](#footnote-5). Этим документов была утверждена Концепция информирования населения, направленная на усиление информационной и разъяснительной работы среди жителей города, в том числе с использованием средств массовой информации.

Концепция информирования населения о деятельности Мэрии и Правительства, других органов управления Москвы конкретизировала принципы информационной политики. Изучение всей совокупности документов Правительства Москвы в сфере информирования населения позволяет сформулировать принципиальные позиции органов исполнительной власти в г. Москве: информационная открытость, безусловное право граждан на получение информации; доходчивость и регулярность распространяемой информации; признание приоритета средств массовой информации в информировании населения; обеспечение средств массовой информации достоверными и полными сведениями и аналитическими материалами; личное участие работников органов исполнительной власти в информационной и разъяснительной работе с населением; тесное взаимодействия с Московской городской Думой и органами самоуправления; поиск нетрадиционных форм информирования населения и создании каналов «обратной связи», развитии стремления у граждан лично участвовать в реализации городских программ; использование современных средств информатизации для передачи оперативных сведений и информирования населения[[6]](#footnote-6).

Основной целью государственной информационной политики, реализуемой Правительством Москвы, было определено создание действенной системы информирования москвичей о деятельности органов исполнительной власти города.

В развитие указанного программного документа в последующие годы, исходя из принципов государственной информационной политики, органами власти Москвы принимались решения по улучшению взаимодействия органов власти с населением. В целях совершенствования системы информирования населения о деятельности органов власти было принято постановление Правительства Москвы[[7]](#footnote-7), определяющее порядок работы префектур и администраций районов по информированию жителей города. Для обеспечения законности и правопорядка на территории города была установлена административная ответственность за злоупотребление свободой распространения информации[[8]](#footnote-8).

В целях реализации единой городской политики в части усиления воздействия пропагандистской и издательской работы печатных изданий, а также повышения эффективности управления процессом размещения социально значимой информации были признаны социально значимыми изданиями города Москвы журналы «Вестник Мэра и Правительства Москвы», «Московские Торги», «Бюллетень оперативной информации «Московские Торги», «Московские инвестиции», «Московский поставщик», «Московское здравоохранение», «Московский рынок и услуги», «Счастливая свадьба» [[9]](#footnote-9).

Для обеспечения формирования единой городской политики в области развития телекоммуникаций, средств массовой информации и книгоиздания была утверждена концепция городской целевой программы «Развитие телекоммуникаций и средств массовой информации в г.Москве»[[10]](#footnote-10), а затем разработана и утверждена сама Городская целевая программа.

Целью данной программы является создание в городе Москве условий для развития качественных, доступных и разнообразных средств массовой информации и телекоммуникаций, при выполнении принципов информационной безопасности и соответствия текущим социально-экономическим приоритетам города, а также содействие формированию благоприятного имиджа Москвы посредством проведения Правительством Москвы системы мероприятий по реализации государственной информационной политики.

Анализ всех материалов указанной Городской целевой программы[[11]](#footnote-11) позволяет выделить частные задачи для достижения поставленных в ней целей.

Одной из них можно считать создание в городе условий для развития электронных средств массовой информации, соответствующих по качеству, доступности и разнообразию лучшим международным образцам при соблюдении принципов информационной безопасности и соответствия текущим социально-экономическим приоритетам города. При этом создание условий для развития электронных средств массовой информации требует разработки технической политики, направленной на развитие электронных средств массовой информации и телекоммуникации.

Другой важной задачей является освещение и разъяснение мероприятий по реализации программ социально-экономического развития, содействие формированию благоприятного образа Москвы посредством проведения Правительства Москвы целенаправленной деятельности по реализации государственной информационной политики. Подзадачами по этому направлению являются: обеспечение максимально широкого представительства средств массовой информации на мероприятиях, патронируемых или организованных органами государственной власти города; обеспечение «обратной связи» органов власти города с гражданами и организациями; повышение эффективности расходования бюджетных средств в отрасли информирования населения.

Актуальным остается создание разнообразной по тематике и жанрам высоконравственной и художественной печатной продукции, отвечающей духовным запросам граждан, что требует: расширения числа издательств и авторов, участвующих в городской издательской программе, в том числе посредством проведения презентаций программы и ее участников; развития качественной журналистики; улучшение качества полиграфического исполнения печатной продукции, издание которой поддержано в рамках городской издательской программы.

Необходимое условие достижения конечных целей − обеспечение широкой доступности печатных средств массовой информации для всех возрастных категорий жителей города, поддержка чтения и создание условий по развитию книгоиздания, расширению сферы реализации печатной продукции, в том числе путем увеличения тиражей и количества названий интеллектуальной и социально значимой литературы, обеспечения равных возможностей доступа к качественной литературе для различных категорий жителей города, расширения сети и создания новых логистических схем распространения периодики в городе на основе лучшего опыта.

Наряду с указанными должны решаться и другие четыре задачи.

Создание разнообразных по тематике художественных телефильмов и телесериалов, ориентированных на широкую зрительскую аудиторию и отвечающих духовным запросам зрителей. Подзадачами по данному направлению являются: создание фильмов, направленных на гражданское, нравственное, патриотическое и художественное воспитание россиян и повышение образовательного уровня молодежи; расширение аудитории телефильмов и телесериалов, подготовленных в рамках программы Правительства Москвы.

Развитие легального рынка оборота объектов авторского права и смежных прав, как в виде физических носителей, так и в электронных сетях, увеличение количества лицензионной и ограничение доли контрафактной продукции в оптовых и розничных сетях города, Это достигается созданием условий для развития новых форм и методов распространения объектов авторского права и смежных прав, содействием правоохранительным органам в вопросах пресечения и профилактики распространения в городе контрафактной аудиовизуальной продукции, развитие инфраструктуры, обеспечивающей легальный оборот литературных произведений, фонограмм и аудиовизуальных произведений, формированием позитивного общественного мнения в вопросах легального использования интеллектуальной собственности и защиты авторских и смежных прав, совершенствованием технических средств борьбы с контрафактной продукцией.

Развитие инфраструктуры рынка средств массовой информации, для чего необходимо совершенствовать систему оптовой, розничной торговли и подписки, поддерживать новые электронные технологии реализации печатной продукции, создавать центры торговли печатной продукцией на основе комплексного подхода: литературные кафе, читальные залы, клубы встреч с творческой интеллигенцией, обеспечивать условия для развития книжных магазинов, содействовать операторам связи, работающим на территории города Москвы, в развитии широкополосных мультисервисных сетей.

Создание условий, способствующих повышению квалификации и профессиональному росту сотрудников средств массовых коммуникаций в Москве, что требует проведения регулярного мониторинга рынка труда в отрасли, повышения уровня профессиональных стандартов в сфере массовых коммуникаций, обеспечение свободного информационного обмена между работодателями и работниками в сфере средств массовой информации.

Таким образом, целеполагание в информационной сфере в городе Москве охватывает все стороны государственной информационной политики.

В настоящее время, в целях обеспечения реализации прав граждан и юридических лиц на свободное получение информации о деятельности государственных органов города Москвы и органов местного самоуправления в городе Москве, учитывая необходимость приведения законодательства города в соответствие с федеральным законодательством, Правительством Москвы одобрен проект закона города Москвы «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов города Москвы и органов местного самоуправления в городе Москве» [[12]](#footnote-12), который 2 июня 2010 г. был внесен Мэром Москвы на рассмотрение в Московскую городскую Думу.

Согласно проекту закона, при обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов города Москвы и органов местного самоуправления в городе Москве должны соблюдаться принципы, установленные Федеральным Законом [[13]](#footnote-13):

* открытость и доступность информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления, за исключением случаев, предусмотренных федеральным законом;
* достоверность информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления и своевременность ее предоставления;
* свобода поиска, получения, передачи и распространения информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления любым законным способом;
* соблюдение прав граждан на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, защиту их чести и деловой репутации, права организаций на защиту их деловой репутации при предоставлении информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления.

Кроме того, согласно проекту закона города Москвы «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов города Москвы и органов местного самоуправления в городе Москве», наряду с принципами, установленными федеральным законодательством, должны соблюдаться принципы: полноты и достоверности предоставляемой информации; недопустимости незаконного ограничения права на доступ к информации; своевременности предоставления актуальной информации.

Можно отметить, что в представленном в Московскую городскую Думу проекте закона города Москвы «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов города Москвы и органов местного самоуправления в городе Москве» особое внимание обращается на полноту предоставляемой информации, ее актуальность, а также на недопустимость незаконного ограничения права на получение информации.

Таким образом, целью информационной политики является усиление информационной и разъяснительной работы среди жителей города, в том числе с использованием средств массовой информации. В ходе реализации государственной информационной политики Правительством решаются задачи обеспечения доступа к информации о деятельности государственных органов города Москвы и органов местного самоуправления, обеспечение широкой доступности печатных средств массовой информации для всех возрастных категорий жителей города, формирование единых подходов в области развития телекоммуникаций, создание разнообразной высоконравственной печатной и телевизионной продукции, создание условий, способствующих повышению квалификации и профессиональному росту сотрудников средств массовых коммуникаций в Москве и др. При этом базовые принципы государственной информационной политики, отвечающие ценностным ориентирам демократии и социальной справедливости, человеколюбия и прав личности, с учетом современных преобразований сохранили свою актуальность в деятельности исполнительных органов власти города.

1.2. Содержание и процесс реализации государственной информационной политики Правительством Москвы

Рассмотренные основные принципы реализации государственной информационной политики в Москве определяют выбор приоритетных направлений, механизмов реализации, методов, средств и технологий, каналов распространения информационных сообщений, целевой аудитории, необходимость сбалансированной системы финансирования. Таким образом, принципы, заявленные в программных документах, претворяются в конкретной практике их исполнения.

Действительно, поддержание экономического роста в условиях кризиса и усложнения социальных отношений требует формирования общественного мнения, позволяющего проводить экономические преобразования, обеспечивать активную поддержку реформ населением. Улучшение информирования населения о состоянии комплекса жизнеобеспечения города, социальном положении различных категорий жителей Москвы, перспективах развития столицы, практических мерах, предпринимаемых властью для решения возникающих проблем, входит в перечень основных приоритетов руководства города.

Основные направления реализации Правительством Москвы государственной информационной политики связаны с работой комплексов управления городским хозяйством, то есть основные направления деятельности Правительства Москвы могут быть рассмотрены через призму государственной информационной политики: все мероприятий и программы, проходящие под патронажем Правительства Москвы, сопровождаются специальными распорядительными документами, в которых информационным подразделениям даются поручения о содействии или организации освещения хода подготовки и проведения мероприятий и выполнения программ. Таким образом, горожане оказываются информированными о жизни комплексов городского управления и имеют возможность следить за развитием тех или иных событий. Рассмотрим некоторые из этих направлений более подробно.

Одним из примеров формирования общественного мнения жителей столицы может служить разработка и утверждение Генерального плана города Москвы на период до 2025 года. При реализации этого проекта Правительство Москвы считало своей приоритетной задачей[[14]](#footnote-14) обеспечение информирования населения о жизненной необходимости для города данного документа. Были созданы специальные группы из высококвалифицированных специалистов для подготовки материалов, разъясняющих населению значение для города данного документа. Комплексом градостроительной политики и строительства совместно с Пресс-службой Мэра и Правительства Москвы и Комитетом по телекоммуникациям и средствам массовой информации были организованы систематические публикации в средствах массовой информации аналитических статей и интервью представителей различных органов власти, разъясняющих необходимость разработки данного документа, а также отвечающих на критические обращения жителей и высказывания специалистов.

Кроме того, согласно плану организационных мероприятий Комплексом градостроительной политики и строительства осуществлялось экспертное сопровождение разработки Генерального плана города Москвы, включая проведение международных экспертных семинаров. По окончании разработки документа префектурами административных округов в каждом районе Москвы были организованы и проведены общественные слушания Генерального плана, в которых приняли участие почти 29 тысяч горожан, которые внесли около 22 тысяч различных замечаний[[15]](#footnote-15). После проведения слушаний специальная рабочая группа во главе с главным архитектором Москвы А.В.Кузьминым проанализировала каждое из тысяч замечаний, включенных жителями столицы в специальные книги на прошедших публичных слушаниях по проектам актуализированного Генерального плана города Москвы на период до 2025 года и Правил землепользования и застройки в городе Москве. В ходе работы А.В.Кузьмин выразил мнение, что сами по себе публичные слушания оказались оправданными - они позволили «вскрыть все «звенящие» точки и проблемы, которые вполне можно решить так, как этого хотят москвичи»[[16]](#footnote-16). Так, например, в результате замечаний, внесенных жителями города в ходе публичных слушаний, участок Фрунзенской набережной от Комсомольского проспекта до Москвы-реки был признан зоной стабилизации: все жилые территории останутся в этом месте в неприкосновенности[[17]](#footnote-17).

Таким образом, при подготовке, рассмотрении и утверждении Генерального плана города Москвы в полном объеме были соблюдены основополагающие принципы государственной информационной политики: открытость и доходчивость информации; приоритет средств массовой информации в информировании населения; личное участие работников органов исполнительной власти в информационной и разъяснительной работе с населением; создание каналов «обратной связи», личное участие граждан; использование современных средств информатизации.

Другим направлением реализации государственной информационной политики является последовательная реализация в городе Комплексной программы развития и поддержки малого и среднего предпринимательства сопровождается изданием ряда распорядительных документов Правительства Москвы[[18]](#footnote-18) регламентирующих ее информационную поддержку. Организационным ядром системы информационного обеспечения малого и среднего предпринимательства является городская инфраструктура, в составе которой: Московское и территориальные агентства по развитию предпринимательства, Московский центр деловой информации «БИНЕК», обеспечивающий информационную поддержку малого и среднего бизнеса, разработавший и поддерживающий сеть интернет-сайтов «Малый бизнес Москвы», Издательский дом «Деловая пресса», обеспечивающий выпуск и распространение периодических и разовых печатных изданий для предпринимателей, включая еженедельную газету «Деловая Москва».

Комитетом по телекоммуникациям и средствам массовой информации, Пресс-службой Мэра и Правительства Москвы, Департаментом поддержки и развития малого и среднего предпринимательства и Общественно-экспертным советом по малому и среднему предпринимательству при Мэре и Правительстве Москвы на телеканале «ТВ Центр» организованы информационно-публицистические передачи для освещения вопросов малого и среднего бизнеса, пропаганды успешного опыта предпринимательской деятельности и политики Москвы по его поддержке. Широкое освещение опыта Москвы в сфере поддержки малого и среднего предпринимательства обеспечивается на московских телерадиостанциях и в печатных изданиях, проводятся пресс-конференции, брифинги и распространение среди журналистов необходимой информации в сфере малого и среднего предпринимательства. В ряде газет организованы постоянные рубрики по проблемам малого и среднего предпринимательства.

Учитывая перечень проводимых мероприятий, можно отметить, что последовательная реализация в городе Комплексной программы развития и поддержки малого и среднего предпринимательства основана на принципах государственной информационной политики, при этом особое внимание уделяется поиску нетрадиционных форм взаимодействия с обществом, развитию стремления у граждан лично участвовать в реализации городских программ, использованию современных средств информатизации.

Важнейшим направлением реализации государственной информационной политики является участие Правительства Москвы в реализации федеральных программ. Широкомасштабная агитационная кампания по всем информационным каналам и на всех уровнях в городе Москве была развернута в соответствии с планом информационно-разъяснительной работы по освещению целей и задач Всероссийской переписи населения 2010 года.

В городских, окружных и районных средствах массовой информации освещались вопросы о ходе подготовки к проведению переписи, а также цели и задачи Всероссийской переписи населения. На официальных сайтах управ районов и органов местного самоуправления, информационных порталах префектур административных округов были созданы тематические рубрики «Перепись 2010».

В соответствии с постановлением Правительства Москвы «О ходе подготовки к Всероссийской переписи населения 2010 года в городе Москве»[[19]](#footnote-19) Комитетом по телекоммуникациям и средствам массовой информации было организовано регулярное выступление членов Правительства Москвы и руководителей органов исполнительной власти города в передачах городских телевизионных и радиопрограмм, периодических печатных изданиях по вопросам подготовки к Всероссийской переписи населения. На окружных студиях телевидения проводились прямые эфиры, пресс-конференции, круглые столы, организовывались интервью с руководителями управ районов, префектур административных округов, окружных отделов статистики, руководством Мосгорстата. В первой декаде октября вышли тематические номера окружных и районных газет, посвященные Всероссийской переписи населения с указанием адресов переписных участков.

Для оповещения населения о проведении переписи населения и информирования о месте нахождения переписных участков от Росстата было получено 76590[[20]](#footnote-20) плакатов, предназначенных для размещения на информационных стендах в подъездах жилых домов, в учреждениях социальной сферы и других общественных местах, посещаемых жителями города.

Комитетом рекламы, информации и оформления города совместно с префектурами административных округов было организовано изготовление и размещение различных плакатов. В сентябре 2010 года на улицах города было размещено 100 плакатов формата 3х6м, 100 – формата 1,2х1,8 и 50 – формата 1,4х1,3м. В октябре рекламные стикеры были размещены в вагонах московского метро, кроме того в метрополитене была организована трансляция объявлений.

К информационно-разъяснительной работе по подготовке и проведению переписи населения в городе были привлечены депутаты Московской городской Думы, а также внутригородские муниципальные образования в городе Москве.

С 1 сентября 2010 года в Мосгорстате работала «горячая линия» (в сентябре 4 номера телефонов, в октябре – 14), по которой население Москвы могло получить ответы на вопросы о порядке и сроках проведения переписи.

Таким образом, подготовка и проведение Всероссийской переписи населения в Москве осуществлялись на основе заявленных принципов государственной информационной политики.

Одним из основных направлений информационной политики Правительства Москвы является формирование положительного образа Москвы, ее властных структур, высшего руководства как персональных представителей этой власти. Значительное влияние на этот процесс оказывает само наличие яркой, неординарной личности, притягивающей к себе внимание и становящейся олицетворением региона. Укрепление в массовом сознании имиджа экс-Мэра города Ю.М.Лужкова как «твердого хозяйственника», «человека дела», «толкового управленца» объясняется освещением в средствах массовой информации хозяйственной и социальной деятельности Правительства города.

Образ государственного служащего, транслируемый в массы, нельзя назвать обобщенным, поскольку он, как правило, включает в себя не всех представителей этой категории. В публикациях периодических изданий, посвященных государственным служащим, при создании группового социально-психологического портрета вне поля зрения журналистов остаются работники низового звена, которые в силу своего положения и близости к народу олицетворяют государственную политику.

В отличие от федеральной прессы, главным объектом информационных материалов городских и районных средств массовой информации являются руководители регионального управленческого звена: члены Правительства Москвы, руководители префектур, департаментов, комитетов, управлений, управ районов. Городской и районной прессе в большей степени удается преодолеть негативное представление о чиновничестве. Поэтому, несмотря на финансовые трудности, связанные с экономическим кризисом, необходимо сохранять и развивать городские и районные газеты и журналы. Это важная часть культурного и общественного информационного пространства, что хорошо понимают в органах исполнительной власти города Москвы.

Журналисты многих, в том числе и муниципальных, изданий присутствуют на заседаниях Правительства Москвы, коллегиях в департаментах, комитетах и префектурах города, встречах руководства города, административных округов и районов с жителями. Систематическими и частыми стали пресс-конференции не только Мэра Москвы, но и других членов Правительства Москвы, руководителей органов исполнительной власти города.

Таким образом, при формировании положительного образа Москвы, ее властных структур, высшего руководства как персональных представителей этой власти реализуются основные принципы государственной информационной политики: информационная открытость, безусловное право граждан на получение информации, обеспечение средств массовой информации достоверными и полными сведениями и аналитическими материалами, личное участие работников органов исполнительной власти в информационной и разъяснительной работе с населением и др.

При реализации информационной политики Правительства Москвы целенаправленно и широкомасштабно развивается использование новых информационно-коммуникационных технологий. Актуальность реализации этого направления информационной политики заключается в том, что именно на данном периоде истории России проводятся кардинальные меры обеспечения и стимулирования принципа информационной открытости органов власти.

Это направление информационной политики реализуется с начала 2000-х годов[[21]](#footnote-21), а с принятием Закона города Москвы «О городской целевой программе «Электронная Москва»[[22]](#footnote-22) оно приобрело системный характер.

В связи с принятием Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации, учитывая корректировку приоритетов и постановку новых целей и задач в сфере информационно-коммуникационных технологий на федеральном уровне[[23]](#footnote-23), в настоящее время основным инструментом реализации политики Правительства Москвы в сфере развития информационно-коммуникационных технологий является Городская целевая программа «Электронная Москвы (2009-2011 гг.)». Работа в этом направлении проводится на основе и в соответствии с требованиями распорядительных документов Правительства Москвы[[24]](#footnote-24).

Приоритетное значение в данной программе придается разработке и модернизации информационных систем, необходимых для повышения качества жизни горожан: обеспечения безопасности города, развития социальной инфраструктуры, работы органов государственной власти в режиме «одного окна», решения интеграционных задач. В рамках программы в 2009-2010 годах выполнялись работы по развитию информационно-технологической инфраструктуры города, продолжались работы по автоматизации административных регламентов как для системы «одного окна», так и вне этой системы. Переводились в электронный вид государственные услуги, предоставляемые гражданам и организациям органами исполнительной власти города. В рамках обеспечения межведомственного взаимодействия была проведена разработка значительного количества веб-сервисов, обеспечивающих унифицированный доступ к различным городским информационным системам.

Одним из результатов реализации городской целевой программы «Электронная Москвы» является наличие практически у каждого органа государственной власти своего официального интернет-сайта (таблица 1), что свидетельствует о появлении новых технологий, обеспечивающих более полное и оперативное предоставление информации. Уже много лет действуют официальные серверы Правительства Москвы www.mos.ru и Московской городской Думы www.duma.mos.ru.

**Таблица 1.**[[25]](#footnote-25)

**Сведения о наличии у органов исполнительной власти города Москвы официальных интернет-сайтов (на 23.08.2010)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование подразделений** | **Всего** | **Наличие сайта** |
| Департаменты | 29 | 29 (100%) |
| Комитеты | 16 | 15 (93,75%) |
| Главные управления, управления и инспекции | 10 | 9 (90%) |
| Префектуры | 10 | 10 (100%) |
| Управы районов | 125 | 124 (99,2%) |
| Итого | 190 | 187 |

В связи с изменением экономической ситуации и необходимостью продолжения реализации в Москве информационной политики в сфере информационно-телекоммуникационных технологий Управлением информатизации города Москвы разработана Концепция развития информационно-коммуникационных технологий в городе Москве до 2015 года, которая в октябре текущего года была направлена на согласование в органы исполнительной власти города[[26]](#footnote-26).

Таким образом, целеполагание является определяющим в деятельности Правительства Москвы в информационной сфере. Принципы деятельности Правительства Москвы по реализации государственной информационной политики определяют выбор приоритетных направлений, механизмов реализации, методов, средств и технологий, каналов распространения информационных сообщений, целевой аудитории, необходимость сбалансированной системы финансирования. То есть принципы, заявленные в программных документах, претворяются в конкретном содержании деятельности Правительства Москвы по реализации государственной информационной политики и практике их исполнения.

1.3.Место связей с общественностью в реализации Правительством Москвы эффективной государственной информационной политики

Одной из форм государственной информационной политики являются связи с общественностью, которые являются специализированной общественной деятельностью, направленной на создание, поддержание и развитие взаимодействия и взаимопонимания между органами государственной власти города Москвы и обществом, содействие формированию позитивного общественного мнения для решения задач, стоящих перед органами власти.

Связи с общественностью как управленческую деятельность следует отличать от других видов управления и, особенно, от различных форм административного принуждения. Основное место в этой системе отношений занимает не административно-директивный стиль руководства, а метод убеждения и формирование определенных установок в общественном мнении. Взаимопонимание органов государственной власти города Москвы с общественностью может быть достигнуто только за счет полного информирования населения о текущих событиях, действиях и процедурах, а также о деятельности органов власти. Это может быть информационная деятельность, направленная, например, на разъяснение жителям города смысла проводимых мероприятий или запланированных изменений в той или иной сфере городского хозяйства.

Связи с общественностью всегда имеют социальный характер, поскольку в конечном итоге ориентированы на отдельные общественные группы и на общество в целом. Поэтому, исходя из социальной природы связей с общественностью, можно выделить несколько их основных функций[[27]](#footnote-27).

Функция социального партнерства подразумевает, что органы власти, осуществляющие связи с общественностью рассматривает общество и его отдельные составляющие (партии, общественные организации, средства массовой информации, профессиональные сообщества и т.п.) как партнеров в достижении своих целей. Это означает, что деятельность органов власти не замыкается только на внутренних механизмах, а активно задействует внешние связи и ресурсы, которые имеются у организаций-партнеров, социальных групп и отдельных граждан. Функция социального партнерства служит достижению как интересов частных лиц и отдельных организаций, так и всеобщего общественного интереса.

Функция социального продвижения означает, что осуществление связей с общественностью позволит передать и закрепить в обществе необходимые взаимосвязи, установки и представления, которые станут важным средством достижения целей органов государственной власти. Функция социального продвижения предполагает также формирование необходимого общественного мнения, способного оказывать воздействие на поведение людей, организаций и различных сообществ. Эта функция должна стимулировать появление в обществе своего рода агентов влияния органов власти, разделяющих их идеологию и ценностные установки, в результате чего создается эффект присутствия во всех сферах общества.

Функция генератора социальной активности стимулирует реакцию на различные инициативы органов государственной власти со стороны общества, заставляя граждан проявлять себя как активных субъектов социального действия. Это позволяет создавать механизм обратной связи и возможности для умелой корректировки деятельности органов государственной власти по управлению поведением.

Таким образом, связи с общественностью, учитывая выполняемые ими функции, выступают в роли универсального инструмента для управления взаимодействием органов государственной власти и различных социальных групп.

Вместе с тем, связи с общественностью являются достаточно сложной категорией, включают в себя целый ряд дисциплин и сфер деятельности. Очень часто связи с общественностью отождествляются с такими родственными, но не одинаковыми понятиями, как реклама, пропаганда, агитация, общественная деятельность и т.д. Связи с общественностью объединяют все названные сферы деятельности, но не ограничиваются только ими. Проблема в том, что органы государственной власти Москвы действуют в условиях постоянно меняющейся общественно-политической, экономической и социокультурной ситуации. Это значит, что в каждый конкретный период органы власти должны опираться на различные способы, методы и инструменты осуществления связей с общественностью. Если на одном этапе для органов государственной власти основная задача – повышение их популярности, то очевидно, что в первую очередь необходимо использовать рекламные мероприятия. На следующем этапе основным приоритетом может оказаться донесение до общества определенной информации и формирование общественного мнения. В этом случае, в арсенале органов по связям с общественностью в первую очередь должны оказаться такие приемы, как взаимодействие со средствами массовой информации и общественная деятельность.

Связи с общественностью весьма обширная сфера деятельности, вбирающая в себя все возможные приемы, способные помогать достижению целей органов государственной власти.

Основной целью деятельности органов государственной власти города Москвы по связям с общественностью должно являться формирование прозрачных взаимоотношений органов власти с жителями города, общественными организациями, органами местного самоуправления, средствами массовой информации, политическими партиями, коммерческими и другими организациями на территории города, повышение их доверия к органам власти, призванным обеспечить реализацию их конституционных прав.

Основными задачами политики, проводимой органами государственной власти города Москвы в области связей с общественностью, являются:

* обеспечение открытости органов власти для жителей, общественных, политических и иных организаций;
* повышение уровня информированности населения и интереса к деятельности городских органов власти;
* создание устойчивых контактов и связей органов власти города со всеми общественно-политическими организациями и средствами массовой информации, способными влиять на ход управления городом и мобилизовывать жителей;
* нивелирование и устранение конфликтных ситуаций, связанных с принятыми управленческими решениями как на городском, так и на федеральном уровне;
* формирование положительного образа органов государственной власти как независимого института, призванного обеспечивать законные права граждан.

Должностные лица органов государственной власти всех уровней, как правило, осознают, что эффективность их деятельности непосредственно зависит от того, насколько они открыты для диалога со всеми участниками управленческого процесса, насколько они способны заинтересовать и сделать каждого жителя города активным участником проводимых реформ в различных сферах городского хозяйства.

Помимо связей с общественностью, направленных во внешнюю среду, органы государственной власти города для повышения эффективности своей деятельности особое внимание уделяют взаимоотношениям внутри органов власти. Создание атмосферы взаимопонимания между отдельными работниками органов власти не просто создаст благоприятный психологический климат внутри органов власти, но и закладывает основу культуры организационного поведения и профессиональной этики работников органов власти, служит формированию положительного имиджа органов власти как слаженно работающих организаций.

Связи и взаимоотношения между отдельными работниками органов власти и органами власти различных уровней относятся к так называемому внутрикорпоративному PR, который призван сделать деятельность органов власти более скоординированной, выступает важным фактором достижения конечного результата их деятельности. Цель внутрикорпоративного PR в том, чтобы добиться такого положения, когда работники комфортно ощущают себя в процессе выполнения своих должностных обязанностей, хорошо подготовлены к этой деятельности, обучены и информированы. Для достижения этой цели обеспечивается эффективная коммуникация между различными органами государственной власти, их должностными лицами и работниками аппаратов, внедрение общей культуры общения и организационного поведения, создание источников информации и обеспечение обратной связи.

Самыми распространенными инструментами внутреннего PR можно считать внутренние средства массовой информации, конкурсы, образовательные мероприятия, тренинги и специальные мероприятия для должностных лиц и работников аппаратов органов государственной власти. Для формирования внутрикорпоративной культуры в органах государственной власти города Москвы целесообразно разработать и использовать в деятельности органов власти руководство по корпоративной культуре.

Основными принципами осуществления связей с общественностью органов власти являются системность и согласованность действий всех должностных лиц органов власти, адекватность целей и средств связей с общественностью в конкретной ситуации, гибкость в осуществлении органами власти мероприятий по связям с общественностью[[28]](#footnote-28).

Для успешного осуществления комплекса мероприятий по связям с общественностью четко определяются место, роль и функции службы по связям с общественностью в системе органов управления. Решение этого вопроса зависит от возможностей, которые имеются у органа власти, и от необходимости, которая диктуется целями их деятельности.

Основными требованиями к службе, призванной осуществлять связи с общественностью в структуре органов власти, являются способность и готовность осуществлять взаимодействие со средствами массовой информации, населением, политическими партиями, профсоюзами, общественными и другими организациями. Это означает, что служба по связям с общественностью должна обладать необходимым набором ресурсов (организационных, кадровых, информационных, финансовых и пр.), инструментов и методов для осуществления своей деятельности. При этом, эффективное функционирование службы по связям с общественностью во многом зависит от понимания руководителями ее места в управленческой структуре.

В структуре Правительства Москвы выполнение задач по связям с общественностью выполняют Пресс-служба Мэра и Правительства Москвы, Департамент территориальных органов исполнительной власти города Москвы, Комитет общественных связей города Москвы, Комитет по телекоммуникациям и средствам массовой информации города Москвы, Комитет рекламы, информации и оформления города Москвы, Комитет информационных технологий города Москвы, Управление по связям с органами законодательной и исполнительной власти Правительства Москвы.

Кроме того, подразделения по связям с общественностью в той или иной форме созданы и функционируют практически во всех городских органах власти, а также ряд органов власти и подразделений Аппарата Мэра и Правительства Москвы выполняли отдельные функции по связям с общественностью.

Анализ положений пресс-службы Правительства Москвы и других органов власти, подразделений по связям с общественностью в органах государственной власти позволил определить основные функции, выполняемые данными органами.

Важнейшими функциями службы по связям с общественностью в деятельности органов государственной власти являются информирование жителей города о деятельности органов власти, принимаемых решениях, смысле и порядке проведения реформ, других аспектах управленческой деятельности, а также изучение общественного мнения и планирование деятельности по связям с общественностью и ее основных направлений (информационной, рекламной и общественной деятельности).

Всегда актуальным является установление, поддержание, расширение контактов и осуществление взаимодействия органов власти с населением и общественностью.

Особое внимание в работе органов по связям с общественностью уделяется формированию положительного имиджа органов государственной власти и их руководства, а также анализу и прогнозу общественно-политической ситуации, выработке рекомендаций по поведению и позициям органов власти в тех или иных условиях.

Одной функций службы по связям с общественностью является осуществление комплекса мероприятий рекламно-информационного характера, направленного на повышение доверия населения к органам власти.

Наряду с указанными решаются задачи инициирования и участия органов власти в общественных мероприятиях, акциях, работе «круглых столов», общественных советов, направленных на повышение правовой культуры населения.

Для повышения эффективности работы службами по связям с общественностью изучается и обобщается опыт органов государственной власти, местного самоуправления по организации связей со средствами массовой информации и общественностью, оказывается методическая помощь коллегам из других органов власти по данной тематике.

Набор конкретных задач и функций, выполняемых службой по связям с общественностью органа государственной власти, изменяется в зависимости от конкретной ситуации. В любом случае успешное осуществление органом власти деятельности по связям с общественностью в большой степени зависит от наличия необходимого кадрового ресурса. Это значит, что для поддержания связей со средствами массовой информации и с различными участниками управленческого процесса в составе органа государственной власти должны присутствовать специалисты с необходимым уровнем и профилем образования, достаточной квалификацией и опытом работы.

Требования к сотрудникам служб по связям с общественностью различаются в зависимости от сферы деятельности органа власти, вместе с тем можно выделить ряд определенных профессиональных и личностных качеств, необходимых сотрудникам, отвечающим за связи с общественностью.

Первое – наличие профессиональных знаний в области связей с общественностью, включающих в себя владение основами таких дисциплин, как политология, социология, психология, конфликтология, журналистика, риторика, право, теория управления, рекламное дело. Специалист по связям с общественностью также должен в совершенстве знать основные нормативные и законодательные акты, касающиеся деятельности своего органа государственной власти.

Второе – владение необходимыми приемами ораторского мастерства, делового общения, переписки и ведения деловой документации, наличие способностей к исследовательской работе, аналитических способностей и навыков составления прогнозных разработок, пользования персональным компьютером и другой современной оргтехникой.

Третье – наличие необходимых личностных качеств, таких как организаторские и творческие способности, коммуникабельность, инициативность, самостоятельность, целеустремленность, ответственность, способность к самоорганизации и устойчивость к стрессам.

Четвертое – следование профессиональным ценностям и традициям, подразумевающее соблюдение норм профессионального поведения и этики во взаимоотношениях с коллегами, журналистами и другими категориями общественности.

Таким образом, место связей с общественностью в реализации Правительством Москвы эффективной государственной информационной политики определяется их ролью, опосредованной потребностью власти в управлении общественными отношениями. Они являются специализированной общественной деятельностью, направленной на создание, поддержание и развитие взаимодействия и взаимопонимания между органами государственной власти города Москвы и обществом, содействие формированию позитивного общественного мнения для решения задач, стоящих перед органами власти.

\* \* \*

Определив теоретические основы деятельности органов исполнительной власти города Москвы по связям с общественностью по реализации государственной информационной политики, отмечаем, что сущность информационной политики заключается в усилении информационной и разъяснительной работы среди жителей города, в том числе с использованием средств массовой информации. Ее основные цели находили свою реализацию посредством решения целого ряда задач, таких как, формирование единых подходов в области развития средств массовой информации, телекоммуникаций и книгоиздания, освещение и разъяснение мероприятий по реализации программ социально-экономического развития, содействие формированию благоприятного образа Москвы, обеспечение доступа к информации о деятельности государственных органов города Москвы и органов местного самоуправления, развитие инфраструктуры рынка средств массовой информации, создание разнообразной высоконравственной и художественной печатной и телевизионной продукции, развитие легального рынка оборота объектов авторского права и смежных прав и ряда других.

Основополагающими принципами деятельности Правительства Москвы по реализации государственной информационной политики следует считать обеспечение прав и свобод граждан и организаций в информационной сфере, обеспечение свободы массовой информации и защита граждан и организаций от злоупотребления этой свободой.

Принципы деятельности Правительства Москвы по реализации государственной информационной политики определили выбор основных направлений, механизмов реализации, методов, средств и технологий, каналов распространения информационных сообщений, целевой аудитории, обеспечили создание сбалансированной системы финансирования.

Важное место в реализации Правительством Москвы эффективной государственной информационной политики занимают связи с общественностью, которые являются специализированной общественной деятельностью, направленной на создание, поддержание и развитие взаимодействия и взаимопонимания между органами государственной власти города Москвы и обществом.

Связи с общественностью всегда имеют социальный характер, поскольку в конечном итоге ориентированы как на отдельные общественные группы, так и на общество в целом. Исходя из этого, можно выделить несколько их основных функций: обеспечение открытости органов власти для жителей, общественных, политических и иных организаций; создание устойчивых контактов и связей органов власти города со всеми общественно-политическими организациями и средствами массовой информации, способными влиять на ход управления городом и мобилизовывать жителей; повышение уровня информированности населения и интереса к деятельности городских органов власти; нивелирование и устранение конфликтных ситуаций, связанных с принятыми управленческими решениями как на городском, так и на федеральном уровне; формирование положительного образа органов государственной власти.

Таким образом, связи с общественностью, учитывая выполняемые ими функции, выступают в роли универсального инструмента для управления взаимодействием органов государственной власти и различных социальных групп.

**Глава 2. Организация связей с общественностью в исполнительных органах государственной власти города Москвы**

2.1. Организационная структура связей с общественностью в исполнительных органах власти города Москвы

Реализация Правительством Москвы государственной информационной политики определила положительную тенденцию изменения уровня информированности населения города о деятельности власти.

Вместе с тем, нельзя не констатировать серьезную обеспокоенность создавшимся в последние годы положением, характеризующимся проблематичностью взаимоотношений власти и общества, власти и средств массовой информации.

Изучение структуры Правительства Москвы, а также положений о деятельности органов исполнительной власти города показало, что в той или иной степени реализацией государственной информационной политики, а также организацией связей с общественностью занимались (по состоянию на 01.10.2010) следующие органы исполнительной власти Правительства Москвы:

* Пресс-служба Мэра и Правительства Москвы (деятельность по основным вопросам координировалась Мэром Москвы Ю.М. Лужковым и руководителем Аппарата Мэра и Правительства Москвы В.А. Коробченко);
* Комитет общественных связей города Москвы (деятельность координировалась первым заместителем Мэра Москвы в Правительстве Москвы Л.И. Швецовой);
* Комитет по телекоммуникациям и средствам массовой информации города Москвы (деятельность координировалась заместителем Мэра Москвы в Правительстве Москвы В.Ю.Виноградовым);
* Департамент территориальных органов исполнительной власти города Москвы (деятельность координировалась заместителем Мэра Москвы в Правительстве Москвы В.Ю.Виноградовым);
* Комитет рекламы, информации и оформления города Москвы (деятельность координировалась заместителем Мэра Москвы в Правительстве Москвы С.Л.Байдаковым);
* Комитет информационных технологий города Москвы (деятельность координировалась Мэром Москвы Ю.М.Лужковым);
* Управление по связям с органами законодательной и исполнительной власти Правительства Москвы (деятельность координировалась заместителем Мэра Москвы в Правительстве Москвы В.Ю.Виноградовым).

Кроме того, подразделения по связям с общественностью или информационно-аналитические службы в той или иной форме созданы и функционируют практически во всех городских органах власти. Ряд органов власти и подразделений Аппарата Мэра и Правительства Москвы выполняют отдельные функции по связям с общественностью.

Анализ положений указанных выше органов власти Правительства Москвы показал, что реализация одних тех же задач и функций осуществляется в той или иной части различными органами власти.

Одной из основных функций органов по связям с общественностью является оперативное и полное информирование граждан о деятельности Правительства Москвы, в том числе при помощи средств массовой информации. Выполнение этой функции возложено на несколько органов власти.

Пресс-служба Мэра и Правительства Москвы участвует в формировании и реализации информационной политики Мэра и Правительства Москвы, организует оперативное освещение повседневной деятельности Мэра Москвы и Правительства Москвы.

Задачи Комитета общественных связей сформулированы достаточно расплывчато: взаимодействие с общественными и иными негосударственными некоммерческими организациями, в том числе с организациями, занимающимися благотворительной деятельностью, выработка и реализация механизмов и форм гражданского участия в процессе формирования и осуществления социально-экономической политики в городе Москве. Взаимодействие подразумевает, в том числе, и информирование москвичей о взаимодействии органов исполнительной власти города Москвы, органов местного самоуправления в городе Москве с общественными и иными негосударственными некоммерческими организациями, включая Общественный совет города Москвы и Благотворительный совет города Москвы, о проводимых по их инициативе социально значимых программах и отдельных мероприятиях.

Задачей Комитета информационных технологий является реализация государственной политики города Москвы по развитию информационных технологий в городе Москве, предоставлению информационных услуг населению, созданию условий для развития в городе Москве производства средств вычислительной техники, телекоммуникаций и программного обеспечения.

В задачи Департамента территориальных органов исполнительной власти входит формирование и реализация совместно с заинтересованными органами государственной власти города Москвы политики города Москвы в области информирования жителей Москвы о деятельности органов государственной власти города Москвы и органов местного самоуправления, обеспечение конституционного права граждан на получение достоверной информации о муниципальных нормативных правовых актах.

Одной из важнейших задач Комитета по телекоммуникациям и средствам массовой информации является обеспечение жителей Москвы своевременной и объективной информацией о деятельности Мэра Москвы и Правительства Москвы и организацию наиболее полного освещения хода и результатов реализации важнейших социально-экономических программ.

В число функций Управления по связям с органами законодательной и исполнительной власти Правительства Москвы входит участие в работе по распространению правовых знаний, информированию населения Москвы о принятых законах, повышению правовой культуры граждан, изданию информационно-справочных материалов, в том числе в электронной форме; организация взаимодействия Правительства Москвы с московскими региональными отделениями политических партий.

Таким образом, практически все указанные органы власти участвуют в реализации функции информирования населения на уровне формирования информационной политики, при этом координация этой деятельности в полном объеме не входит в задачи ни одного органа власти города. В положении о Пресс-службе Мэра и Правительства Москвы предусмотрена лишь координация деятельности пресс-служб и подразделений, работающих со средствами массовой информации, а также пресс-секретарей департаментов, комитетов, главных управлений, управлений, инспекций и префектур административных округов города Москвы.

Другой важной задачей является формирование положительного имиджа Мэра и Правительства Москвы, а также других органов исполнительной власти города. Решение этой задачи входит в компетенцию Пресс-службы Мэра и Правительства Москвы («участие в формировании и реализации программ по созданию объективного имиджа Мэра Москвы и Правительства Москвы»[[29]](#footnote-29)) и Комитета по телекоммуникациям и средствам массовой информации («содействие формированию позитивного образа Москвы как столицы России»[[30]](#footnote-30)). Однако, ответственность за результаты формирования имиджа Мэра и Правительства Москвы четко не определена, поскольку Пресс-служба участвует в формировании имиджа, а Комитет содействует этому.

Всегда актуальной является задача распространения, а в случае необходимости и подготовка для средств массовой информации официальных сообщений, заявлений и иных информационных (журналистских) материалов, посвященных деятельности Правительства Москвы. Реализация данной задачи входит в компетенцию Пресс-службы Мэра и Правительства Москвы («организация оперативного освещения повседневной деятельности Мэра Москвы и Правительства Москвы, организация освещения деловых поездок Мэра Москвы, членов Правительства Москвы по территории Российской федерации и за рубеж»[[31]](#footnote-31)), Комитета общественных связей («информирование москвичей о взаимодействии органов исполнительной власти города Москвы, органов местного самоуправления в городе Москве с общественными и иными негосударственными некоммерческими организациями, о проводимых по их инициативе социально значимых программах и отдельных мероприятиях»), Департамента территориальных органов исполнительной власти («реализация совместно с заинтересованными органами государственной власти города Москвы политики города Москвы в области информирования жителей Москвы о деятельности органов государственной власти города Москвы и органов местного самоуправления»), Управления по связям с органами законодательной и исполнительной власти («разъяснения позиции Мэра Москвы и Правительства Москвы по вопросам, рассматриваемым в федеральных органах государственной власти, Московской городской Думе и затрагивающим интересы города Москвы» и другие функции), а также ряда других органов власти города.

В целом подготовка информационных материалов обеспечивается на должном уровне. Вместе с тем, анализ размещения новостных материалов на официальном сервере Правительства Москвы в сети Интернет показывает, что оперативность информирования о событиях, происходящих в Правительстве, существенно отстает по времени от обычных информационных агентств. Более того, Правительство Москвы, являющееся источником новостей, имея собственную Пресс-службу, в функции которой входит выпуск заявлений и сообщений для печати[[32]](#footnote-32), пользуется уже готовыми информационными материалами сторонних изданий и агентств, таких как «Тверская, 13», «Московская правда», «Вечерняя Москва», «Московский комсомолец».

Подготовка и передача в средства массовой информации разъяснений и комментариев специалистов, экспертов и авторов решений и действий организации, подготовка для общественности и средств массовой информации пресс-релизов, обзоров, спецвыпусков тематической информации также распределена среди многих органов власти. Так, например, Пресс-служба Мэра и Правительства Москвы осуществляет разъяснение в средствах массовой информации указов, постановлений, распоряжений Мэра Москвы и Правительства Москвы, а также заявлений Мэра Москвы и Правительства Москвы. В то же время Управление по связям с органами законодательной и исполнительной власти разъясняет позицию Мэра Москвы и Правительства Москвы по вопросам, рассматриваемым в федеральных органах государственной власти, Московской городской Думе и затрагивающим интересы города Москвы.

Такое дублирование функций различных элементов организационной структуры связей с общественностью является возможным источником несогласованности и противоречий, при этом ответственность при публикации разъяснений и комментариев размывается.

Организация пресс-конференций Мэра Москвы, членов Правительства Москвы, их встреч с представителями средств массовой информации, интервью, других соответствующих мероприятий входит в задачи Пресс-службы Мэра и Правительства Москвы. Вместе с тем в функции Комитета общественных связей входит организация с представителями общественных и иных негосударственных некоммерческих организаций встреч, конференций, семинаров, «круглых столов», дискуссий, публичных обсуждений и общественных слушаний по различным направлениям социально-экономического, общественно-политического и культурного развития города Москвы[[33]](#footnote-33).

При этом, формированием плана проведения встреч членов Правительства города Москвы с населением, контролем организации проведения таких встреч занимается Департамент территориальных органов исполнительной власти, а проведением «круглых столов», семинаров, научно-практических конференций по проблемам развития и применения законодательства Российской Федерации и города Москвы с общественными и другими заинтересованными организациями − Управление по связям с органами законодательной и исполнительной власти.

Анализ материалов прессы, радио- и телеинформации о деятельности Правительства Москвы для Мэра, членов Правительства, руководителей органов власти и иных должностных лиц также проводится несколькими органами.

Пресс-службой Мэра и Правительства Москвы осуществляется проведение аналитической работы по оценке состояния общественного мнения и отношения средств массовой информации города Москвы, Российской Федерации, а также зарубежных средств массовой информации к Мэру Москвы и Правительству Москвы[[34]](#footnote-34). Комитет общественных связей осуществляет научно-исследовательскую деятельность в области общественного развития и социального партнерства, организует мониторинговые исследования по изучению общественного мнения по кругу вопросов, входящих в компетенцию Комитета[[35]](#footnote-35). Комитетом по телекоммуникациям и средствам массовой информации изучается общественное мнение о деятельности Мэра Москвы и Правительства Москвы, органов исполнительной власти города[[36]](#footnote-36), по итогам чего органы власти обеспечиваются соответствующей информацией. Департаментом территориальных органов исполнительной власти проводится работа по изучению общественного мнения о деятельности территориальных органов исполнительной власти, готовятся аналитические материалов и предложений по повышению эффективности их деятельности[[37]](#footnote-37).

В функции Управления по связям с органами законодательной и исполнительной власти входит: изучение материалов и документов Московской городской Думы, а также федеральных органов государственной власти, затрагивающих интересы города Москвы, предоставления оперативной информации Мэру Москвы и Правительству Москвы с предложениями по реагированию на эти материалы и документы; аналитическое и экспертное прогнозирование возможных социально-политических и экономических последствий для города Москвы от готовящихся или принятых законодательными или исполнительными органами государственной власти решений; мониторинг общественного мнения по актуальным социально-политическим и экономическим проблемам, а также по вопросам информированности населения о законодательстве города Москвы в целях определения приоритетных направлений законотворческой деятельности.

Таким образом, различные органы власти проводят мониторинг общественного мнения, анализ материалов, размещаемых в средствах массовой информации. Каждым из них осуществляется подготовка аналитических материалов по итогам проведенных исследований. Проведение анализа различными органами власти позволяет получить независимые точки зрения по схожим проблемам, однако, итоговое обобщение всей имеющейся информации не входит в компетенцию ни одного органа власти.

При анализе проблем эффективности реализации Правительством Москвы государственной информационной политики важно отметить, что средства массовой информации, как «четвертая власть» находятся на особом положении и должны действовать профессионально, в рамках законодательно установленных ограничений. В ином случае влияние средств массовой информации может стать опасным для общества. В массовом сознании еще жив стереотип, что автор несет ответственность за публикуемую информацию, что дает возможность манипулировать общественным мнением и общественным поведением граждан.

Сейчас сложилась ситуация, когда любой активный журналист может выдать за «мнение общественности» сформулированные им безапелляционные суждения по любому вопросу. Порой в погоне за сенсацией или за броским заголовком средства массовой информации идут на откровенную дезинформацию. А в условиях напряженной социально-экономической, этнической обстановки в стране, и в частности в Москве, в условиях, когда значительная часть населения живет за чертой бедности, любая фраза может стать спичкой, от которой может «разгореться пламя». Журналисты не всегда считают должным перепроверять информацию, которую получили, в том числе и из источников в структурах власти. При этом, недобросовестные работники могут быть как среди журналистов, так и среди чиновников. Зачастую приходится сталкиваться с концентрацией внимания на негативной, возбуждающей информации. Это конечно увеличивает тиражи, но имеет далеко идущие последствия для общества. Культивация стресса оказывает негативное влияние на все общество, особенно на молодежь.

Несомненно, основным препятствием на пути недобросовестных журналистов являются этические нормы и правила, принятые журналистским сообществом. Вместе с тем, государственное вмешательство в эти сложные процессы допустимо и необходимо в исключительных случаях, когда возникает угроза здоровью граждан, общественной морали и самому существованию государства. При этом анализ положений указанных органов исполнительной власти города выявил, что определение достоверности опубликованных сведений, подготовка при необходимости разъяснений и опровержений не входит в задачи или функции ни одного органа власти, что негативно сказывается на реализации Правительством Москвы непопулярных мер и решений.

Исследование показало, что организация работы органов исполнительной власти города Москвы недостаточно скоординирована по ряду направлений реализации государственной информационной политики, в том числе в части организации связей с общественностью. Так, например, можно отметить недостаточно скоординированную деятельность органов власти по адекватному реагированию на факты дезинформации, размещаемые в средствах массовой информации, что снижает эффективность реализации Правительством Москвы государственной информационной политики.

Основу структуры организации связей исполнительных органов власти города Москвы с общественностью составляют Пресс-служба Мэра и Правительства Москвы, Комитет общественных связей города Москвы, Комитет по телекоммуникациям и средствам массовой информации города Москвы, Департамент территориальных органов исполнительной власти города Москвы, Комитет рекламы, информации и оформления города Москвы, Комитет информационных технологий города Москвы, Управление по связям с органами законодательной и исполнительной власти Правительства Москвы, а также подразделения по связям с общественностью или информационно-аналитические службы в той или иной форме созданные и функционирующие практически во всех городских органах власти.

Таким образом, несмотря на дублирование ряда функций различных элементов организационной структуры связей с общественностью и недостаточную координацию их взаимодействия, организационная структура Правительства Москвы в целом обеспечивает реализацию Правительством Москвы государственной информационной политики по большинству направлений в соответствии с заявленными принципами и поставленными задачами.

* 1. Организация взаимодействия органов исполнительной власти города Москвы со средствами массовой информации

Средства массовой информации являются самым эффективным и действенным инструментом осуществления государственными органами исполнительной власти связей с общественностью. Они выступают как могущественные посредники между органами власти и населением, поэтому должны расцениваться органами власти в качестве стратегических партнеров в осуществлении связей с общественностью. Именно через них органы государственной власти могут донести информацию о своей деятельности до большинства жителей города, формировать общественное мнение и имидж органов власти.

Одна из главных задач средств массовой информации – наиболее объективное отражение происходящих событий. Поскольку в реальной практике средства массовой информации нередко используются в качестве инструмента манипулирования общественным мнением, органы государственной власти противодействуют любым попыткам ввести жителей в заблуждение по поводу подлинных событий и подлинного смысла намерений органов власти. Для выстраивания эффективных взаимоотношений со средствами массовой информации органами власти определяется их принадлежность к финансово-промышленным и общественно-политическим группам, оценивается количественный и качественный состав охватываемой ими аудитории, а также характер транслируемой информации.

К основным средствам массовой информации относятся телевидение, радио, печатные издания (газеты, журналы, информационные бюллетени и т.п.), информационные агентства и Интернет. Средства массовой информации могут подразделяться по следующим основным принципам.

По территориальному принципу: общероссийские (центральные), региональные (городские), местные (окружные и районные).

По характеру передаваемой информации: информационные, информационно-аналитические, рекламно-информационные, «бульварные» и другие.

По целевой аудитории: для широких слоев населения, для отдельных социальных групп (молодежь, женщины, мужчины, бизнесмены и т.п.), корпоративные (партийные, профсоюзные, ведомственные и т.д.).

По подчиненности и форме собственности: государственные, муниципальные, находящиеся в собственности некоммерческих и общественных организаций, политических партий, коммерческих фирм и частных лиц.

Органы государственной власти Москвы в большей степени взаимодействуют с городскими средствами массовой информации: газеты «Московская правда», «Вечерняя Москва», «Тверская,13», «Москвичка», информационное агентство «Интерфакс-Москва», телеканалы «ТВ Центр», «ТВ Столица», «Доверие» и др. Окружные и районные органы власти в большей степени обращаются к местной (окружной и районной) прессе, при этом используя возможности и городских средств массовой информации. По такому же принципу строятся взаимоотношения со средствами массовой информации при подаче материалов различного содержания. Если информацию о факте или событии необходимо донести до жителей города только в форме новости, то используются информационные издания, если же событие имеет важное общественно-политическое значение и требует более детального рассмотрения и оценки экспертного сообщества, то для его публикации и трансляции привлекаются информационно-аналитические средства массовой информации. Для освещения деятельности органов власти и формирования их позитивного имиджа достаточно осторожно организуется взаимодействие с «бульварной прессой», например, газетой «Московский комсомолец» и пр., поскольку в своей информационной политике эти издания тяготеют к вульгарной подаче публикуемых материалов, сарказму, скандальным новостям и так называемым «жареным» фактам.

Каждое средство массовой информации имеет определенную аудиторию, на которую ориентируется в своей деятельности. Причем многие средства массовой информации или их отдельные рубрики и программы в качестве целевых аудиторий выделяют вполне конкретные социальные или профессиональные группы. Это позволяет более адресно воздействовать через средства массовой информации на определенные группы населения для их информирования и формирования необходимого общественного мнения. Учитывая, что читающую и думающую аудиторию составляют, как правило, лидеры общественного мнения, активно используются специализированные средства массовой информации для влияния на них, например: информационно-аналитические сборники «Правительство – город – люди», «Симптом», «Пульс», «О некоторых решениях Правительства Москвы и мерах по их реализации» и др.

Для продвижения идей органов власти в молодежной среде задействуются молодежные газеты и журналы, например «Студенческий меридиан», «Кампус», телевизионные молодежные программы, информационно-музыкальные радиостанции. При этом реализация рекламно-информационной политики осуществляется таким образом, чтобы разговор с молодежью велся на одном с нею языке, был понятен и востребован ею. Очевидно, что молодежную аудиторию больше интересует живое раскованное общение, оригинальная подача материалов, конкурсы и розыгрыши, связанные с деятельностью органов власти, нежели сухое перечисление проводимых мероприятий и принятых органами государственной власти решений.

При определении направлений взаимодействия государственных органов исполнительной власти Москвы со средствами массовой информации также учитывается их зависимость от тех или иных государственных, политических и финансовых структур. Государственные и муниципальные средства массовой информации при освещении деятельности органов власти занимают, как правило, достаточно объективную позицию. Политически ангажированные средства массовой информации в случае возникновения спорных или конфликтных ситуаций могут активно содействовать разрушению положительного имиджа органов власти Москвы, что требует умелого управления информационными потоками и оперативной корректировки взаимодействия со средствами массовой информации.

К основным направлениям взаимодействия государственных органов исполнительной власти Москвы со средствами массовой информации следует отнести следующие:

* аккредитация представителей средств массовой информации при Правительстве Москвы и Московской городской Думе;
* организация и проведение пресс-конференций и брифингов с участием членов Правительства Москвы, руководителей органов исполнительной власти города;
* интервью с членами Правительства Москвы, руководителями органов исполнительной власти;
* инициирование публикации и трансляции новостных и аналитических материалов, специальных заявлений и репортажей, тематических программ и статей;
* участие представителей средств массовой информации в мероприятиях, проводимых органами власти или при их участии;
* дистанционные формы взаимодействия (рассылка материалов в средства массовой информации, телефонные интервью, пресс-конференции в режиме on-line и т.п).

Практика взаимодействия органов государственной власти Москвы со средствами массовой информации показывает, что улучшению отношений с представителями СМИ и формированию круга лояльных журналистов в наибольшей степени способствует регулярное приглашение журналистов на заседания и мероприятия, осуществляемые Правительством Москвы и другими органами власти города, проведение с ними специальных встреч, семинаров, «круглых столов» по различным вопросам управления городом, регулярное предоставление информации журналистам, а также проведение конкурсов среди средств массовой информации на лучшие материалы по той или иной тематике.

В целях реализации принципов государственной информационной политики аккредитованные представители средств массовой информации присутствуют на заседаниях Правительства Москвы.

Только в сентябре-октябре 2010 года были проведены пресс-конференции руководителя Департамента семейной и молодежной политики города Москвы Л.И.Гусевой по теме: «Детская летняя оздоровительная кампания в Москве: первые итоги и перспективы», руководителя Департамента топливно-энергетического хозяйства города Москвы **Е.В.Склярова** на тему: «О Комплексной городской целевой программе развития наружного и архитектурно-художественного освещения города Москвы на 2011-2015 годы», главного архитектора города Москвы **А.В.Кузьмина** на тему **«Закон о нормах и правилах градостроительного проектирования – основа комфортного проживания москвичей»,** руководителя Департамента труда и занятости населения города Москвы **О.В.Нетеребского** на тему: **«20 лет Московской службе занятости. Новые задачи в современных условиях» и ряда других руководителей города.**

12 июня 2010 г. на территории мемориального комплекса «Парк Победы» состоялся VIII Московский фестиваль прессы. Праздник прессы стал знаковым событием профессиональной жизни издателей и распространителей печатной продукции, привлек внимание десятков тысяч рядовых москвичей возможностью прямого контакта с редакциями городских и центральных изданий. Помимо постоянных участников Фестиваля, таких, например, как газеты «Известия», «Московская правда», «Московский комсомолец», «Тверская, 13», «Сельская новь», «Вечерняя Москва», «Аргументы и Факты», «Литературная газета», «Собеседник», журналы «Веселые картинки», «Чудеса и приключения», в Фестивале впервые приняли участие газеты «Мой район», «Народный совет», «Жизнь», «Твой день», «Метро», журналы «Маруся», «Мой первый журнал по русской истории – МАТУШКА», «Дом-2» и др.

В октябре-ноябре текущего года прошел первый молодежный фестиваль короткометражного кино «Московский zoom». Этот фестиваль объединил все современные медиа-технологии и изменил само представление о кинопроцессе. На фестивале был запущен механизм создания фильма, когда в 12 часов укладывадся весь цикл кинопроизводства − от написания сценария до репетиций, съёмки и монтажа. Цель фестиваля − не только поддержка молодых режиссеров, актеров и кинооператоров (в том числе непрофессионалов), но и творческое отображение современной жизни столицы. В состав жюри, оценивающее представленные работы, вошли деятели искусства, кино и блогосферы.

В ноябре текущего года Правительством Москвы был проведен Десятый городской отраслевой форум Московского союза печати, в рамках которого состоялось награждение победителей городского отраслевого конкурса профессионального мастерства «Лидеры 2010 года – Московские мастера». В работе Форума приняли участие 240 представителей ведущих столичных издателей, распространителей печатных СМИ, полиграфистов.

Одним из наиболее перспективных направлений взаимодействия органов власти Москвы со средствами массовой информации являются развитие и использование глобальных информационных сетей и, в первую очередь, сети Интернет. Электронные средства массовой информации − бурно развивающаяся отрасль, которая представляет качественную и оперативную информацию для определенных целевых групп (молодежь, офисные работники и т.п.). Органы власти имеют возможность более активно и оперативно задействовать собственные интернет-сайты для информирования населения. Перечень информации о деятельности государственных органов, подлежащий размещению в сети Интернет, определяется Федеральным Законом «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»[[38]](#footnote-38). Официальные сайты органов власти в этом случае выступают в качестве своеобразных информационных агентств, распространяющих самую оперативную и достоверную информацию, касающуюся деятельности органов власти.

Взаимодействие органов власти и средств массовой информации направлено на повышение правовой культуры граждан, формирование и поддержку положительного имиджа органов власти, обеспечение доверия граждан к проводимым органами власти мероприятиям, обеспечения выполнение стоящей перед органами власти задачи по повышению уровня жизни горожан, обеспечению более комфортной и безопасной среды проживания.

Таким образом, средства массовой информации являются важнейшим инструментом и партнером при осуществлении деятельности органов государственной власти по связям с общественностью. Государственными органами исполнительной власти Москвы организовано всестороннее взаимодействие со средствами массовой информации: органами государственной власти Москвы в большей степени с городскими средствами массовой информации; окружными и районными органами власти – с окружной и районной прессой.

2.3 Организация информационных потоков в системе «власть – общество» в городе Москве

Учитывая важность взаимодействия органов власти со средствами массовой информации, в ходе подготовки данной работы был проведен анализ содержания городских и федеральных средств массовой информации по освещению деятельности Правительства Москвы.

В 2009 году по сравнению с предыдущим 2008 годом наблюдалось повышение общей активности средств массовой информации при освещении деятельности Мэра Москвы примерно на 45%[[39]](#footnote-39). При этом основной массив материалов посвящался текущей деятельности Мэра на своем посту, интенсивность информационного потока в этом секторе возросла на 69%. Изменения в освещении деятельности Мэра Москвы как федерального политика были также существенны, увеличение составило 34%. Вместе в 2009 году наблюдалась отрицательная динамика позиционирования Мэра Москвы как общественного деятеля, уменьшение информационного потока составило 3%.

Большая часть информационных материалов, посвященных деятельности Мэра Москвы, была выдержанна в нейтрально-информационной тональности (95,6%[[40]](#footnote-40)).

Учитывая приведенную статистику, можно отметить, что в 2009 году органами по связям с общественностью Правительства Москвы проводилась более активная информационная работа по освещению деятельности Мэра и Правительства Москвы по сравнению с предыдущим периодом.

В структуре оценочного сегмента информационного поля критические сообщения заметно преобладали над позитивными (соответственно 3,9% и 0,5%[[41]](#footnote-41)). Чаще всего позитивные отзывы о деятельности Мэра размещали городские средства массовой информации «Тверская,13», «Вечерняя Москва», телеканал «ТВ Центр». По сравнению с предыдущими периодами в 2009 году расширился список средств массовой информации, последовательно выступавших с критикой в адрес Мэра Москвы. Среди них можно назвать следующие общероссийские издания: «Время новостей», «Газета», «Известия», издательский дом «Коммерсант», «Независимая газета», «Новые Известия», «Газета.Ру», телеканал «РенТВ» и радиостанция «Эхо Москвы».

При позиционировании Мэра Москвы городскими органами по связям с общественностью особое внимание было уделено формировании образа Мэра как политика, последовательно отстаивающего свое мнение. На протяжении всего года, и особенно в первой его половине Мэром транслировалась собственная позиция относительно складывающейся в российской экономике ситуации, а также о путях выхода страны из экономического кризиса.

Средства массовой информации широко освещали различные аспекты деятельности Мэра и Правительства Москвы, направленной на стабилизацию экономики столицы в условиях кризиса: поддержка реального сектора экономики, в особенности малого бизнеса; решение проблемы безработицы, с акцентом на трудоустройство молодежи; жесткий режим экономии средств городского бюджета; повышение эффективности работы всех отраслей городского хозяйства.

Кроме того, при освещении деятельности органов власти много внимания уделялось усилиям, направленным на развитие мегаполиса: внедрению систем энерго- и ресурсосбережения; реализации программы «Народный гараж»; реконструкции Большого театра; строительству автомагистралей; сносу некомфортного жилья первого периода индустриального домостроения; обсуждению Генерального плана города Москвы до 2025 года; обеспечению продовольственной безопасности столицы.

Особое внимание средствами массовой информации уделялось осуществлению в столице в полном объеме социальных программ, несмотря на существенное сокращение городского бюджета. В Год равных возможностей особое внимание Мэра и Правительства Москвы уделялось проблемам инвалидов, где на первое место вышло создание безбарьерной городской среды. В средствах массовой информации сообщалось, что в ходе реализации программы создания безбарьерной среды в Москве появилось больше пандусов, сходов-съездов для людей с ограниченными возможностями, постепенно адаптируется система городского транспорта, создана сеть разнопрофильных учреждений для взрослых и детей-инвалидов.

Таким образом, Пресс-службой Мэра и Правительства Москвы и другими органами по связям с общественностью было организовано информирование жителей города по всем основным направлениям деятельности городских властей, при этом центральной составляющей позитивного медиа-имиджа Мэра и Правительства Москвы стали образы руководителей, стремящихся в условиях экономического кризиса обеспечить системное развитие города и сохранить социальную направленность деятельности власти.

Вместе с тем, недостаточно продуманная реализация проводимых на территории города мероприятий в ряде случаев вызывала справедливую критику со стороны средств массовой информации. Наиболее показательной в этом отношении была информация о корректировке выплат работающим пенсионерам. В средствах массовой информации сообщалось, что переданные Пенсионным фондом Российской Федерации Правительству Москвы данные о работающих пенсионерах, не имеющих прав на московские надбавки к пенсии, привели к пересчету пенсий около 200 тыс.человек. При этом подчеркивалось, что в создавшейся неразберихе виновато само Правительство Москвы. С критикой в адрес городских властей выступил директор Института социальной политики и социально-экономических программ С.Смирнов. По его мнению, формально законные требования городских властей вернуть надбавки вызывали сомнения с моральной точки зрения.

Среди значимых имиджевых тем необходимо отметить решение проблем обманутых соинвесторов строительства жилья. В средствах массовой информации аргументировались тезисы о том, что Москва стала «первым и единственым регионом страны», сумевшим системно и эффективно построить работы по данной проблеме на основе конструктивных договоренностей между всеми заинтересованными сторонами. Важное имиджевое значение имело заявление представителей Правительства Москвы о том, что в Москве не осталось обманутых дольщиков. Благоприятный информационный эффект вызвала торжественная церемония передачи ключей от новых квартир большой группе семей пострадавших соинвесторов в новостройке по адресу: ул. Верхняя Масловка, 28/2 (САО). Сдача государственной комиссии жилого комплекса для обманутых соинвесторов по адресу: бульвар Маршала Рокоссовского, 42, стала поводом для популяризации действий Правительства Москвы в данном направлении.

Вместе с тем, средства массовой информации регулярно указывали, что Правительство Москвы занимает активную позицию в отношении обманутых дольщиков на словах и пассивную – на деле. Участники пикета обманутых соинвесторов МЖК «Северный парк» (Ленинградское шоссе, 25), который прошел 29.05.2009 напротив здания Мэрии Москвы на Новом Арбате, выступали против бездействия городских властей и неоднократного срыва и переноса сдачи комплекса. Регулярно освещались в средствах массовой информации акции соинвесторов строительства жилья в 11-м микрорайоне Южного Тушина.

В целях отражения эффективного взаимодействия с жителями при реализации градостроительных решений, а также в связи с трехлетней годовщиной конфликта вокруг расселения поселка Бутово (ЮЗАО) органами власти города был инициирован в средствах массовой информации блок имиджевых публикаций, демонстрирующий политически ангажированный характер активности противников Правительства Москвы и социальную направленность градостроительной политики органов власти города.

Анализ материалов, посвященных деятельности городских властей показал, что неоднозначное освещение деятельности Мэра и Правительства Москвы в 2009 году отразило как информационную политику отдельных изданий, так и дефицит эффективных инструментов решения актуальных городских проблем, в том числе по связям с общественностью, вынуждающий Правительство Москвы предпринимать непопулярные меры. При этом необходимо отметить, что наиболее остро и чувствительно воспринимались населением решения по вопросам и проблемам в градостроительной сфере.

Активное участие Мэра Москвы в подготовке и проведении выборов депутатов Московской городской Думы привело к значительному увеличило количества публикаций в средствах массовой информации, в которых оценивались перспективы дальнейшей политической карьеры Мэра. Традиционно высказывались противоположные точки зрения, при этом средства массовой информации отмечали существенное значение результатов выборов в решении этого вопроса.

Вместе с тем необходимо отметить, что в 2009 году в Москве произошли события, которые расценивались средствами массовой информации как существенное ослабление позиций Мэра Москвы. Наиболее яркими поводами для возобновления дискуссии на тему политического будущего Мэра Москвы были: решение федеральных властей о закрытии Черкизовского рынка; решение Президента Российской Федерации об отставке начальника ГУВД по г.Москве В.В.Пронина; арест председателя Комитета рекламы, информации и оформления г.Москвы В.П.Макарова; публикация доклада одного из лидеров оппозиционного движения «Солидарность» Б.Е.Немцова «Лужков. Итоги».

На протяжении года периодически возникали конфликтные ситуации во взаимоотношениях между Ю.М.Лужковым и министром финансов А.Л.Кудриным. Большой резонанс в средствах массовой информации вызвали высказанные Ю.М.Лужковым обвинения в адрес Министерства финансов в дезинформации Председателя Правительства Российской Федерации В.В.Путина и общественности по поводу существенного роста расходов на государственное управление в столице, а также критические заявления лидера Либерально-демократической партии России В.В.Жириновского в адрес Правительства Москвы. Общую информационную ситуацию существенно обострили заявления министра здравоохранения и социального развития Российской Федерации Т.А.Голиковой по итогам проверки столичных аптек.

Наиболее серьезный ущерб репутации Мэра и Правительства Москвы был нанесен в результате громких коррупционных разоблачений как на уровне городской администрации в целом, так и на уровне отдельных структур столичной власти.

Одним из главных информационных поводов стало заявление руководителя Департамента экономической безопасности МВД РФ Ю.Шалакова о пресечении хищения более 20 миллиардов рублей бюджетных средств руководством МГУП «Мосводоканал» и субподрядными организациями. По его словам, двум фигурантам дела были предъявлены обвинения. Заявление Ю.Шалакова послужило поводом для крупного скандала и опровержений, как со стороны Правительства Москвы, так и со стороны предприятия.

Широчайший резонанс в средствах массовой информации получил арест председателя Комитета рекламы, информации и оформления г.Москвы В.П.Макарова по подозрению в причинении ущерба городскому бюджету на 131 млн.руб., произошедший 18.08.2009.

Негативная информационная ситуация возникла в связи с возбуждением Следственным комитетом при Прокуратуре РФ уголовного дела в отношении руководителя Департамента дорожно-мостового и инженерного строительства А.Н.Левченко и бывшего первого заместителя руководителя Департамента градостроительной политики, развития и реконструкции К.Королевского, которые подозревались в нерациональном использовании 130 млн.руб. бюджетных средств при выявлении и анализе земельных участков для строительства гаражей-стоянок по программе «Народный гараж».

Кроме того, в течение 2009 года в средствах массовой информации появлялись информационные сообщения о коррупционных обвинения в адрес различных должностных лиц Департамента городского заказа капитального строительства, Департамента транспорта и связи, Департамента жилищной политики и жилищного фонда, Объединения административно-технических инспекций.

Завуалированные обвинения в коррупции в адрес органов власти города, опубликованные в средствах массовой информации, были связаны с реализацией следующих программ и проектов: озеленение городских территорий (собственное расследование «Комсомольской правды»); строительство дорог (мнение движения «Свобода выбора»); сокращение численности бездомных животных (собственное расследование «Московского комсомольца»); выбор управляющих компаний в сфере ЖКХ (пресс-релиз Федеральной антимонопольной службы); формирование бюджета г. Москвы (интернет-газета «Взгляд»); регулирование рынка похоронных услуг (пресс-конференция в издательстве «Аргументы и факты»); поддержка крупных строительных компаний в период экономического кризиса (исследование Российской экономической школы).

Как правило, средства массовой информации воздерживались от серьезных оценок, приводя аргументы сторон и сообщая о подробностях расследований. Однако, учитывая то, что коррупционные разоблачения стали постоянной темой при освещении деятельности органов исполнительной власти города, а в городе осуществляется активная деятельность компании «ИНТЕКО» во главе с Е.Н.Батуриной, по итогам опроса «Левада-Центра», посвященного отношению москвичей к работе Ю.М.Лужкова (проводился в середине октября 2009 года), почти 80% москвичей и более 60% россиян верили слухам о коррумпированности Ю.М.Лужкова[[42]](#footnote-42).

Основными изданиями, критиковавшими Мэра и Правительства Москвы стали газеты «Аргументы и факты», «Новая газета», «Новые Известия», интернет-издания «Взгляд» и «Газета.Ру», телеканалы «РенТВ» и «Россия», а также радиостанция «Свобода». Появление в них критических материалов было не следствием перепечатывания новостей или цитирования экспертов, а результатом самостоятельной аналитической и редакционной работы.

Как начало формирования новой команды, которая примет управление городам после отставки Ю.М.Лужкова, некоторые средства массовой информации расценивали назначение О.Л.Митволя на должность префекта Северного административного округа, а В.А.Колокольцева – начальником ГУВД по г. Москве.

Достаточно скандальная победа «Единой России» на выборах в Московскую городскую Думу также позволила ряду средств массовой информации высказать мнение об объективно назревшей необходимости смены власти в столице, объясняя ее накопившимися системными проблемами мегаполиса, что и было реализовано Президентом Российской Федерации Д.А.Медведевым в сентябре 2010 года.

Таким образом, органами по связям с общественностью Правительства Москвы осуществлялись активные действия по организации информационных потоков по освещению текущей деятельности государственных органов исполнительной власти города, решению различных проблем городской жизни. Особое внимание средств массовой информации привлекалось к реализации социальной политики Правительства Москвы, усилиям органов власти по экономическому развитию города в условиях кризиса. Вместе с тем, периодическая публикация коррупционных разоблачений, касающихся должностных лиц органов исполнительной власти города, нанесла существенный ущерб репутации Мэра и Правительства Москвы, который не представилось возможным полностью нейтрализовать имеющимися средствами по связям с общественностью.

\* \* \*

Проведенное исследование организации связей с общественностью в исполнительных органах государственной власти города Москвы показало, что основными структурными элементами организации связей исполнительных органов власти города Москвы с общественностью являются Пресс-служба Мэра и Правительства Москвы, Комитет общественных связей города Москвы, Комитет по телекоммуникациям и средствам массовой информации города Москвы, Департамент территориальных органов исполнительной власти города Москвы, Комитет рекламы, информации и оформления города Москвы, Комитет информационных технологий города Москвы, Управление по связям с органами законодательной и исполнительной власти Правительства Москвы. Кроме того, подразделения по связям с общественностью или информационно-аналитические службы в той или иной форме созданы и функционируют практически во всех городских органах власти.

Отмечено, что органы государственной власти Москвы в большей степени взаимодействуют с городскими средствами массовой информации, окружные и районные органы власти в большей степени обращаются к местной (окружной и районной) прессе, при этом используя возможности и городских средств массовой информации. При определении направлений взаимодействия государственных органов исполнительной власти Москвы со средствами массовой информации учитывается их зависимость от тех или иных государственных, политических и финансовых структур, а также целевая аудитория, на которую ориентируются в своей деятельности средства массовой информации.

К основным направлениям взаимодействия государственных органов исполнительной власти Москвы со средствами массовой информации относятся: участие представителей средств массовой информации в мероприятиях, проводимых органами власти; аккредитация представителей средств массовой информации при Правительстве Москвы и Московской городской Думе; организация и проведение интервью, пресс-конференций и брифингов с участием членов Правительства Москвы, руководителей органов исполнительной власти города; инициирование публикации и трансляции новостных и аналитических материалов, специальных заявлений и репортажей, тематических программ и статей; рассылка материалов в средства массовой информации.

Наиболее перспективным направлением взаимодействия органов власти Москвы со средствами массовой информации является развитие и использование собственных интернет-сайтов для информирования населения, которые выступают в качестве своеобразных информационных агентств.

При организации информационных потоков городскими органами по связям с общественностью особое внимание было уделено формировании образа Мэра как политика, последовательно отстаивающего свое мнение. При освещении деятельности Мэра и Правительства Москвы, внимание средств массовой информации концентрировалось на мероприятиях, направленных на стабилизацию экономики столицы в условиях кризиса, внедрению систем энерго- и ресурсосбережения; реализации программы «Народный гараж», осуществлении в столице в полном объеме социальных программ, несмотря на существенное сокращение городского бюджета.

Вместе с тем, недостаточно продуманная реализация проводимых на территории города мероприятий в ряде случаев вызывала справедливую критику со стороны средств массовой информации. Наиболее остро и чувствительно воспринимались населением решения по вопросам и проблемам в градостроительной сфере. Серьезный ущерб репутации Мэра и Правительства Москвы был нанесен в результате громких коррупционных разоблачений. При этом, благодаря последовательной деятельности органов власти по связям с общественностью, как правило, средства массовой информации воздерживались от серьезных оценок, приводя аргументы сторон и сообщая о подробностях расследований.

В структуре оценочного сегмента информационного поля критические сообщения заметно преобладали над позитивными, что свидетельствует о недостаточно скоординированной деятельности органов власти по ряду направлений организации связей с общественностью, в том числе по адекватному реагированию на факты дезинформации, размещаемые в средствах массовой информации.

В целом, несмотря на дублирование и недостаточно четкую регламентацию ряда функций, организационная структура Правительства Москвы обеспечивает реализацию Правительством Москвы государственной информационной политики по большинству направлений в соответствии с заявленными принципами и поставленными задачами.

**Глава 3. Основные направления совершенствования деятельности по связям с общественностью в исполнительных органах государственной власти города Москвы**

* 1. Формирование имиджа исполнительных органов власти города Москвыметодами Public Relations

Имидж – это представления, сложившиеся в индивидуальном и массовом сознании о том или ином предмете, человеке, организации. Поскольку имидж – это категория, складывающаяся из отношения к чему-либо или кому-либо, то он способен оказывать влияние на взаимодействия между людьми и организациями, а, следовательно, и на поведение людей.

Имидж является одновременно концентрированным и многосторонним. С одной стороны, он содержит достаточно компактные представления о чем-либо или о ком-либо, которые могут быть выражены в одной фразе. С другой стороны – это целый ряд ассоциаций, эмоций, чувств, мыслей, которые возникают у человека при упоминании о том или ином предмете. Кроме того, имидж имеет свойство быть положительным или отрицательным в зависимости от вызываемых эмоций и затрагиваемых ценностей.

Имидж органов власти является публичной категорией, поскольку предназначен для массового восприятия гражданами. Публичный характер имиджа обусловлен тем, что с органами власти вплотную взаимодействует ограниченное количество людей, которые обоснованно могут судить об их деятельности. Большинство же граждан формируют свое мнение об органах власти только на основе опубликованных материалов в средствах массовой информации. Доступность компактных представлений об органах власти и их деятельности широкому кругу лиц является основой формирования имиджа органов власти.

Целью создания имиджа Правительства Москвы является актуализация, подчеркивание определенных качеств и характеристик этого государственного органа, способных оказывать воздействие на отношение граждан к проводимой Правительством политике, служить положительному восприятию обществом принимаемых им решений.

Имидж не появляется сам по себе и ниоткуда. Он всегда является отражением предмета и создается из определенных составляющих и факторов, воздействие которых и определяет результирующий формат имиджа. Именно поэтому так важно не пускать на самотек построение имиджа, который может сформироваться стихийно и не всегда соответствовать тем целевым установкам, которые стоят перед Правительством Москвы. Одной из основных задач связей с общественностью Правительства Москвы является управление имиджем и его последовательное формирование методами Public Relations.

Работа по формированию имиджа Правительства Москвы связана с расширенным многомерным описанием портрета этого государственного органа, каким он должен быть увиден и воспринят той аудиторией, которой адресован. Рассматривая связи с общественностью Правительства Москвы как процесс коммуникации, следует отметить, что имидж – это сообщение, которое Правительство направляет жителям города. Исходной посылкой для конструирования имиджа должна стать общая концепция деятельности Правительства Москвы, функции, цели и задачи, которые Правительство должно выполнять в соответствии с действующим законодательством, и его миссия как независимого государственного органа.

Имидж Правительства Москвы формируется под действием четырех основных составляющих: функциональной, интерактивной, личностной, внешней.

Функциональная составляющая имиджа Правительства Москвы по праву является основной, поскольку она задает тон восприятию обществом Правительства Москвы и его подразделений, исходя из их предназначения.

Исполнительные органы государственной власти Москвы на всем протяжении своей деятельности декларируют и выполняют определенные функции, достигают реализации целей и задач, которые им предписаны законодательством и диктуются российской политической системой. На практике они приобретают форму управленческих решений и мероприятий, соответствующим образом воспринимаемых отдельными жителями и обществом в целом. На этой основе формируется общественное мнение о Правительстве Москвы.

Выполняемые Правительством функции определяют представления и мнения жителей о нем. Последовательно формируя свой имидж, Правительству Москвы необходимо четко определять, какие стороны своей деятельности следует прежде всего актуализировать и подчеркивать.

Актуализация имиджа должна исходить из проблем, с которыми Правительство сталкивается в своей деятельности. Одна из ключевых проблем при формировании имиджа – это распространение пресловутых «грязных» технологий. Поэтому, в целях поддержания положительного имиджа, Правительству Москвы необходимо принимать определенные меры. В качестве таковых могут выступать:

* инициирование серии публикаций в различных средствах массовой информации, осуждающих с позиции этики грязные методы политической борьбы;
* проведение пресс-конференций и других мероприятий, в ходе которых заявить свою позицию, состоящую в том, что Правительство твердо стоит на принципах соблюдения закона и недопустимости применения грязных технологий;
* обращение в судебные инстанции с целью привлечения к ответственности недобросовестных политиков.

Интерактивная составляющая имиджа Правительства Москвы раскрывает его суть через постоянное общение и непосредственное взаимодействие с жителями города, представителями общественных движений, политических партий и коммерческих организаций, в ходе которого формируются представления и установки, касающиеся органов власти города. Формирование имиджа в этом случае основывается на всех возможных видах взаимодействия, начиная от рассмотрения обращений граждан и организаций, заканчивая заключением трехсторонних соглашений между органами власти, профсоюзами и предпринимателями. От того, как организован этот процесс, как происходит общение, как складываются отношения должностных лиц и работников аппаратов с населением, во многом будет зависеть их восприятие и в конечном итоге имидж органов власти и Правительства Москвы в целом. В этой связи должностным лицам и работникам аппаратов следует с особым вниманием относиться к соблюдению норм профессиональной и деловой этики, не допускать некорректного поведения в отношении граждан, представителей организаций, средств массовой информации, соблюдать принципы непредвзятого отношения к жалобам жителей и обеспечивать открытость для населения принимаемых решений.

Особую роль при формировании имиджа через взаимодействие с гражданами занимают мероприятия, позволяющие воспринимать органы власти не как бюрократические учреждения, а как организации, нацеленные на сотрудничество с жителями в самых различных сферах. Необходимо и далее развивать систему встреч с население в районах города с участием членов Правительства Москвы, руководства департаментов, комитетов, префектур административных округов, управ районов, депутатов всех уровней, а также шире применять публичные слушания при решении наиболее актуальных вопросов. Подобные формы взаимодействия будут символизировать нацеленность органов власти на сотрудничество и позволят уже на этапе подготовки решений исключить конфликтные ситуации.

Формирование имиджа Правительства Москвы через взаимодействие с населением способствует укреплению его имиджа как государственного органа, открытого для сотрудничества с обществом. Отсутствие механизмов взаимодействия наложит отпечаток на позитивное восприятие Правительства Москвы и способно разрушить его положительный имидж.

Имидж Правительства Москвы во многом определяется также имиджем Мэра Москвы и членов Правительства Москвы, которые образуют личностную составляющую имиджа Правительства.

Как правило, лицом Правительства Москвы, особенно в общении с прессой, выступает Мэр Москвы, поэтому его имидж во многом будет проецироваться на имидж всех органов власти города, а в некоторых случаях и полностью ассоциироваться с ним. Новейшая история деятельности руководства Москвы знает как положительные, так и отрицательные примеры влияния имиджа Мэра Москвы на восприятие обществом Правительства Москвы, поэтому при конструировании имиджа органов власти города следует с большим вниманием относиться и учитывать имидж Мэра. На формирование имиджа Мэра Москвы оказывают влияние его личностные (тип личности, характер, внешность, психофизиологические особенности, стиль поведения как руководителя и т.д.), социальные (биография, наличие научных степеней, наград и др.) характеристики, а также разделяемые им нормы и ценности, особенности его взаимоотношений с представителями различных общественно-политических групп, других органов государственной власти, средств массовой информации, коллегами по работе. В структуру имиджа Мэра Москвы следует также включать и символические характеристики, представляющие собой некие постоянные культурные архетипы, связанные в сознании граждан с представлением о Мэре крупного города.

При отображении личностных, социальных, символических и других характеристик имиджа Мэра Москвы необходимо их постоянное преломление через призму занимаемой им должности руководителя значимого государственного органа – Правительства Москвы. Его имидж должен отражать сущность Правительства Москвы и служить для населения своеобразным символом обеспечения законности и порядка на территории города, при этом необходимо учитывать и то, как он будет восприниматься жителями города в целом и отдельными категориями граждан.

При конструировании имиджа Мэра Москвы необходимо акцентировать внимание на основных элементах, которые могут быть привлекательны и интересны для жителей города, представителей средств массовой информации и других участников общественно-политического процесса в городе.

Среди наиболее значимых компонентов имиджа Мэра следует назвать глубину понимания и знания им основных тенденций и проблем, существующих в городе, его способность занимать принципиальные и независимые позиции в ходе рассмотрения спорных ситуаций, общую эрудицию, доброжелательность и коммуникабельность, умение решать нестандартные вопросы в ходе управления городом, собственное видение дальнейшего развития города.

При рассмотрении личностной составляющей имиджа Правительства Москвы следует обратить внимание на тот факт, что Правительство – это коллегиальный орган, поэтому для формирования его более целостного и развернутого имиджа лучше, чтобы была актуализирована и подчеркнута личность не только Мэра, но и всех членов Правительства, руководителей органов власти, ключевых работников аппаратов. Это послужит и повышению их общей известности, и укреплению в сознании общества их образа как слаженно и профессионально работающего государственного органа.

Внешняя составляющая имиджа Правительства Москвы призвана привнести некую эстетику в восприятие органов власти города. Она должна облагораживать образ Правительства Москвы в глазах общества. Это может быть достигнуто за счет выработки единого стиля органов власти города, который сделает их внешний вид презентабельным, вызывающим уважение и доверие. Внешняя составляющая имиджа – это своего рода красивое обрамление всего имиджа Правительства Москвы.

Современный стиль и дизайн атрибутов Правительства Москвы поможет сформировать отношение к органам власти города не как к типичным государственно-бюрократическим учреждениям, а как к организациям, способным к развитию, совершенствованию и восприятию всего положительного, что происходит в обществе. Единый стиль предполагает разработку выдержанных в схожих стилистических решениях документов и другой полиграфической продукции органов власти, палитры цветов, которые позволят отличать их от других государственных, общественных и политических организаций. Важной составляющей при формировании имиджа является герб Москвы, который может и должен использоваться при оформлении официальных документов, в издательской деятельности, при изготовлении сувенирной продукции, использовании на стендах при проведении различных мероприятий.

Каждая из рассмотренных составляющих оказывает влияние на формирование имиджа Правительства Москвы, но при этом следует помнить, что имидж – это комплексное явление, воспринимаемое в целостной форме. Для достижения оптимального восприятия обществом органов государственной власти города все составляющие их имиджа должны быть направлены на формирование единого имиджа Правительства Москвы, т.е. если личностная составляющая имиджа служит позиционированию Мэра Москвы как профессионального, образованного, опытного государственного деятеля, то в интерактивной составляющей не должно присутствовать «несерьезностей», которые бы не стыковались с теми характеристиками, которые заданы в личностной составляющей имиджа Правительства Москвы. Так же и в случае с функциональной составляющей – если Правительство Москвы позиционируется в качестве государственного органа, призванного обеспечивать повышение качества и уровня жизни горожан, исключать нарушение законодательства, то и во внешней составляющей желательно придерживаться направления, которое стилистически подчеркнет и дополнит подобную характеристику.

В заключение отметим, что основой формирования имиджа органов власти является доступность представлений об органах власти и их деятельности широкому кругу лиц.

Имидж Правительства Москвы формируется под действием четырех основных составляющих: функциональной, интерактивной, личностной, внешней.

В целях поддержания положительного имиджа, Правительству Москвы необходимо инициирование публикаций в различных средствах массовой информации о достигнутых результатах, проведение пресс-конференций и других мероприятий, подтверждающих, что Правительство твердо стоит на принципах соблюдения закона, обращение в судебные инстанции с целью привлечения к ответственности недобросовестных политиков.

Особую роль при формировании имиджа через взаимодействие с гражданами занимают мероприятия, позволяющие воспринимать органы власти не как бюрократические учреждения, а как организации, нацеленные на сотрудничество с жителями в самых различных сферах. Важна также разработка единого стиля органов власти города, который сделает их внешний вид презентабельным, вызывающим уважение и доверие.

* 1. Организация связей с общественностью в конфликтных ситуациях

Управленческий процесс по своей политико-правовой сути является конфликтогенным процессом. Нарушения действующего законодательства, прав граждан и связанные с этим споры стали непременным атрибутом многих управленческих решений, а их рассмотрение и разрешение занимает немалую часть времени в работе органов исполнительной власти.

Органы исполнительной власти как органы, по роду своей деятельности призванные обеспечивать управление городам, часто оказываются в состоянии конфликта с различными организациями, группами граждан и отдельными жителями города, что вносит определенный дисбаланс в их работу, зачастую становясь поводом для публичных политических скандалов в средствах массовой информации, а иногда для пикетов, митингов, других акций протеста. В подобных конфликтных ситуациях основным объектом, на который направлен негатив становятся органы власти. Это нарушает нормальный ход управленческого процесса, может повредить репутации отдельных органов власти или даже разрушить ее.

Как правило, основной причиной возникновения конфликтной ситуации является нарушение законодательства при реализации тех или иных мероприятий. Зачастую конфликты приводили к обострению отношений органов власти с политическими партиями и общественными организациями, а также вызывали большой резонанс в средствах массовой информации. Как показывает практика работы, разрешение конфликтных ситуаций происходит, к сожалению, в основном посредством судебных разбирательств. Вместе с тем, преодоление конфликтов органов власти с жителями и различными организациями возможно посредством совместных рассмотрений конфликтных ситуаций в ходе переговоров, «круглых столов» и привлечения к этому процессу средств массовой информации.

Характеризуя конфликтные ситуации в деятельности органов исполнительной власти, можно сказать, что конфликт – это событие, приводящее к тому, что органы власти оказываются в центре не всегда доброжелательного внимания средств массовой информации и других внешних целевых аудиторий, в том числе политических партий, общественных, и в особенности правозащитных организаций, объединений избирателей, органов местного самоуправления, правоохранительных органов.

Под конфликтной ситуацией при этом следует понимать совокупность конфликтных и иных взаимоотношений между органом власти и другими участниками того или иного процесса, отражающих их интересы, соотношение их сил и ресурсов, а также весь комплекс иных взаимодействий в определенный период времени.

Учитывая сложность процесса управления таким огромным мегаполисом, как Москва, органам исполнительной власти следует постоянно находиться в ситуации готовности к конфликтным ситуациям, что называется быть всегда начеку. За время своего функционирования органы власти накопили большой опыт по разрешению споров в различных областях. Поэтому для дальнейшего более легкого преодоления конфликтов, возникающих в ходе проведения запланированных мероприятий, органам власти целесообразно составить своего рода реестр возможных конфликтных ситуаций.

Для быстрого и безболезненного разрешения конфликтных ситуаций методами связей с общественностью необходимы как минимум четыре основные составляющие:

* адекватная оценка конфликтной ситуации и планирование поведения в ней органа власти;
* согласованные и оперативные действия при реагировании органа власти на конфликтную ситуацию;
* правильное использование ресурсов, находящихся в распоряжении органа власти;
* рациональное распределение и выполнение функциональных обязанностей должностными лицами и работниками органа власти.

Конкретизируя названные составляющие, следует отметить, что согласованные и оперативные действия в условиях конфликтных ситуаций позволяют избежать неоправданных затрат времени и управленческих ошибок, а также предоставляют возможность в кратчайшие сроки поставить под контроль все происходящие процессы.

Что касается ресурсов, находящихся в распоряжении органа власти, то в их качестве в данном случае следует рассматривать все возможные рычаги и методы воздействия на ситуацию, в том числе средства массовой информации, лидеров общественного мнения, авторитетных общественных и политических деятелей, общественные и политические объединения, другие органы власти и местного самоуправления. Таким образом, в качестве ресурсов для преодоления конфликтной ситуации могут выступать как материальные (средства массовой информации, средства связи, финансы и т.п.), так и нематериальные (отношения, общественное мнение, общественный авторитет и пр.) ценности. В период зарождения конфликтной ситуации важно определить, какие из имеющихся ресурсов возможно задействовать немедленно, а также какие методы необходимо использовать для привлечения дополнительных ресурсов.

Конфликтные ситуации имеют специфику вспыхивать и развиваться в очень сжатые временные промежутки, поэтому так важно для нейтрализации конфликта и недопущения его дальнейшего бесконтрольного разрастания применить мгновенное управляющее воздействие.

При возникновении конфликтной ситуации, связанной с деятельностью органов исполнительной власти, следует оценить ее и спланировать поведение органа власти. Рассмотрим возможный алгоритм действий органа власти в конфликтной ситуации (см. рис. 1).

**Источник конфликта**

**Ситуационный анализ**

Выявление

влияния

различных

факторов

Определение

позиции органа власти

Определение

«слабых мест» и «болевых точек»

органа власти

Ресурсы

участников

конфликта

Опыт

деятельности

органа власти

Мотивы и интересы участников

конфликта

**Определение сценариев развития конфликта**

**Разработка плана мероприятий по нейтрализации конфликта**

Последовательность

сообщений

Содержание информации

Каналы

коммуникации

Целевые

группы

**Затухание конфликта**

Рис.1. Возможный алгоритм действий органа власти в конфликтной ситуации.

Первое, что необходимо сделать, − это оценить конфликтную ситуацию и сформулировать цели и задачи органа власти. При этом следует определить, чего орган власти должен достичь по итогам разрешения конфликта и какие вопросы должны быть решены при достижении поставленной цели. Кроме того, необходимо определить, какую роль орган власти играет в данной конфликтной ситуации, какие действия он должен осуществлять и какую позицию занимать в отношении конфликта. Роль органа власти определяется взаимоотношениями органа власти с участниками конфликта и другими заинтересованными организациями, общественными объединениями или гражданами. Важную роль при оценке ситуации играет также определение «слабых мест» и «болевых точек» органа власти, по которым может ударить конфликт. Их выявление позволит оценить остроту конфликта, его влияние на репутацию и на всю деятельность органа власти, а также те риски, которые могут быть с ним связаны.

При оценке ситуации, так называемом ситуационном анализе, и формулировке целей и задач необходимо учитывать влияние различных факторов (общая политическая ситуация, управленческое решение, послужившее причиной конфликта, временные показатели и т.п.), а также возможные внешние воздействия (влияние различных политических партий, средств массовой информации, влиятельных групп и отдельных граждан). От того, насколько правильно будет оценена ситуация и сформулированы цели и задачи органа власти в конфликтной ситуации, будет во много зависеть ее дальнейшее развитие и окончательный исход.

Второй этап при оценке и планировании поведения органа власти связан с определением возможных сценариев развития ситуации. Сценарии развития ситуации необходимы для того, чтобы в дальнейшем при осуществлении мероприятий по связям с общественностью действовать на опережение. Понимание того, как будет развиваться ситуация в будущем, позволяет принимать наиболее эффективные управленческие решения. В случае быстро развивающегося конфликта нет необходимости дожидаться, когда он достигнет апогея и станет трудноуправляемым. Для его скорейшей постановки под контроль необходимо упреждающее воздействие. Для того чтобы это осуществить, следует попытаться экстраполировать конфликт в ближайшее будущее − сделать прогноз развития ситуации посредством сценарного прогнозирования. Сценарное прогнозирование предполагает выявление нескольких вариантов развития событий и разработку сценариев развития конфликтной ситуации.

Так как органы власти в своей деятельности не раз сталкивались с конфликтами, вызываемыми управленческими решениями, и другими подобными явлениями, то должностные лица и работники аппаратов даже на интуитивном уровне могут предположить, как будет развиваться та или иная конфликтная ситуация, т.е. определить возможные сценарии развития событий. Поэтому будет полезным на основе предположений, заимствованных из опыта работы, быстро и схематично разработать примерную последовательность событий, которые будут происходить в условиях текущего конфликта, исходя при этом из интересов и мотивов конфликтующих сторон, специфики их взаимоотношений с другими субъектами, вовлеченными в конфликт. Особое внимание необходимо также уделить и определению того, какими ресурсами обладают все участники конфликта.

Заключительным этапом при оценке и планировании поведения органа власти в конфликтной ситуации должно стать определение плана мероприятий по нейтрализации конфликта. При его разработке следует определить целевые группы, на которые будут направлены эти мероприятия, и ресурсы, которые необходимо задействовать для их реализации.

В самом упрощенном виде план мероприятий, направленных на предотвращение конфликта, – это описание конфликта, который развивается не сам по себе, а по правилам, определенным органом власти, то есть это план управления конфликтом, где к каждой стадии развивающегося конфликта, описанной в сценарии, должны предлагаться контрмеры с определенным набором мероприятий и инструментов.

Необходимо помнить, что управление конфликтом в контексте связей с общественностью – это в первую очередь управление коммуникацией, поэтому необходимо дифференцированно подходить к подготовке и подаче информации для различных целевых групп. Естественно, что целевые аудитории определяются для каждой конкретной конфликтной ситуации. Возможны следующие целевые аудитории:

* все жители города (общество в целом);
* заинтересованные организации и частные лица (участники конфликта);
* средства массовой информации;
* политические партии и общественные организации;
* федеральные органы государственной власти;
* другие органы государственной власти города и органы местного самоуправления;
* политические консультанты и аналитики.

Кроме того, информация должна передаваться по соответствующим ее содержанию каналам коммуникации. В случаях, когда информацию необходимо донести до общества в целом, основным каналом коммуникации будут выступать средства массовой информации. Если же адресатом выступает отделение какой-либо политической партии, то в качестве канала коммуникации вполне может быть задействована городская или районная партийная организация. Иногда необходимо, чтобы информация имела более адресный характер, например, предназначалась для отдельных лиц. В этом случае она может передаваться в ходе межличностного общения или посредством переписки.

Таким образом, выбор канала коммуникации и определение содержания информации определяется целевой группой, для которой предназначена информация, и задачами, стоящими перед органом власти в условиях конфликта.

После того, как определены каналы коммуникации, характер и содержание информационных сообщений, следует исходя из имеющихся ресурсов и целей, которые должны быть достигнуты при разрешении конфликта, разработать мероприятия для их противопоставления конфликтным событиям. Последовательность мероприятий должна укладываться в общую логику деятельности органа власти в условиях конфликтных ситуаций.

Одна из типичных конфликтных ситуаций в деятельности органа власти возникла, например, при ликвидации незаконно возведенных строений в поселке Речник.

Как правило, снос незаконно построенных объектов происходит в связи с нарушением собственниками строений (или другими субъектами) земельного законодательства и если не считать отдельных случаев, носит больше юридический, нежели политический характер. Однако владельцы сносимых строений, иногда не соглашаются с принятым решением о сносе и пытаются перевести эту ситуацию из правовой в политическую плоскость. Вполне логично, что владельцы сносимых строений, выступающие в качестве участников конфликта, не ограничились простым несогласием с принятыми решениями о сносе и стали делать все для того, чтобы восстановиться в правах. С высокой долей уверенности можно было предположить, что их действия будут направлены на формирование общественного мнения, позитивно настроенного на восприятие владельцев строений и негативно – по отношению к органам власти города всех уровней (управа района, префектура Правительство Москвы). В этом случае органам исполнительной власти города Москвы следовало бы провести ряд пропагандистских мероприятий, которые могли бы носить характер упреждающего воздействия, и в дальнейшем следовать на опережение.

В ситуации конфликта органам власти всегда следует помнить, что они в первую очередь – государственные органы, которые не должны обострять конфликт, и тем более заниматься политическим интриганством. Все действия в рамках плана мероприятий по предупреждению конфликта должны основываться на полном соблюдении действующего законодательства и осуществляться только с этих позиций. Органы власти всегда должны действовать не как участники конфликта, а занимать в коммуникационной политике твердую позицию отстаивания требований законодательства. В случае принятия потенциально конфликтного решения стратегия поведения органа власти в коммуникационном поле должна быть основана на максимально полном информировании жителей, заинтересованных организаций и средств массовой информации о причинах принятия такого решения и подкреплена соответствующими рациональными аргументами.

В таблице 2 приводится примерный план мероприятий по связям с общественностью для конфликтной ситуации, связанной со сносом незаконно возведенных объектов.

Приведенный пример – лишь один из возможных вариантов поддержания диалога органов власти с общественностью в конфликтной ситуации, поэтому органам власти следует систематизировать и проанализировать все возможные сценарии реагирования, в том числе порядка информирования населения, и детально описать их в специальном методическом пособии или инструкции на случай возникновения конфликтной ситуации.

Однако лучший способ предотвращения конфликта – это его предупреждение и профилактика. Для профилактики конфликтов органам власти при принятии решений, которые могут вызвать конфликтную ситуацию, следует учитывать возможности столкновения различных интересов, способных привести к конфликту. Поэтому необходимо предвидеть и предусмотреть проблемы, способные возникнуть вследствие принятия органом власти того или иного решения.

Если решение органа власти обладает конфликтным потенциалом, то есть способно привести к появлению и развитию конфликта между органом власти и жителями (отдельными категориями граждан, юридическими лицами и т.п.), следует предварительно провести диагностику этого решения. Это позволит определить возможные риски и направления развития конфликта. Для тестирования опасности следует привлечь экспертов, в качестве которых могут выступать должностные лица, представители средств массовой информации, политические и общественные деятели, обладающие необходимым объемом информации и опытом управленческой деятельности для составления суждений и рекомендаций по проблеме.

При этом для профилактики конфликта, способного возникнуть на основании решения органа власти, необходимо принять превентивные меры – нейтрализовать конфликтный потенциал посредством подготовки и реализации соответствующих связей с общественностью.

Таким образом, организация связей с общественностью в конфликтной ситуации является технологичным процессом, а, следовательно, позволяет заранее готовиться к возможным коллизиям.

**Таблица 2**

**Организация связей с общественностью в случае возникновения конфликтной ситуации**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Действия конфликтующей стороны** | **Негативные последствия от действия конфликтующей стороны** | **Действия органа власти** | **Направления связей с общественностью** | **Адресные группы** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| 1 | Публикация жителями в СМИ открытого письма с призывом о поддержке и пресечении «произвола» органа власти | Негативное воздействие на репутацию и имидж органа власти, формирование в общественном мнении представлений об органе власти как волюнтаристской организации | Публикация решения органа власти с подробным правовым комментарием Правового управления Правительства Москвы | Средства массовой информации | Все жители города (округа, района) |
| 2 | Инициирование «общественной активности»: установка пикета у здания органа власти или на объекте, организация «потока писем» от граждан, политических партий и общественных организаций в органы власти, СМИ, правоохранительные органы | Привлечение нежелательного внимания средств массовой информации и общественности, дальнейшее негативное влияние на имидж органа власти, обострение отношений органа власти с жителями, политическими партиями и общественными организациями | Подготовка мотивированных ответов на письма с четким юридическим обоснованием решения органа власти, получение комментария вышестоящего органа власти, его опубликование, проведение «круглого стола» с участием политических партий и общественных организаций | Переписка с гражданами, личные контакты и встречи, средства массовой информации, межличностное общение должностных лиц органа власти с представителями политических партий и общественных организаций | Отдельные граждане, политические партии, общественные организации, должностные лица вышестоящих органов власти |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| 3 | Дальнейшее разжигание конфликта: судебное разбирательство, привлечение сторонников на судебное заседание, прямой эфир с конфликтующими, публикации в СМИ, направленные на дискредитацию отдельных должностных лиц и работников органа власти | Негативное влияние на репутацию отдельных должностных лиц и работников органа власти, обострение отношений с судебными органами, нарушение нормального ритма работы органа власти | Проведение органом власти специальной пресс-конференции, комментарий ситуации лидерами общественного мнения, влиятельными общественными и политическими деятелями, юристами, лояльными органу власти | Средства массовой информации, межличностное общение должностных лиц и работников органа власти с общественными и политическими деятелями, журналистами | Все жители города (округа, района), представители средств массовой информации, общественные и политические деятели, работники судебных органов |
| 4 | Публичное обращение жителей с призывом саботировать решение органа власти | Снижение доверия к институту исполнительной власти | Распространение обращения органа власти с призывом соблюдать действующее законодательство и установленные процедуры | Средства массовой информации | Все жители города (округа, района) |

* 1. Оптимизация взаимодействия исполнительных органов власти и средств массовой информации

Функционирование исполнительных органов власти неизбежно требует управление связями с общественностью в соответствии с общими управленческими целями.

Управление, не обогащенное структурами и знаниями в области связей с общественностью, инерционно воспроизводит типы и характер принятия политических решений в духе административно-командной системы. И наоборот, являясь институтом политического управления, связи с общественностью выполняют роль механизма для завоевания политического влияния и удержания власти. Опираясь на службы по связям с общественностью, органы власти города имеют возможность обеспечить устойчивую и планомерную информационно-коммуникативную деятельность, определяющую эффективность всего управленческого процесса.

На основе сформулированных принципов государственной информационной политики, в числе основных направлений деятельности органов власти по связям с общественностью, входящих в структуру Правительства Москвы, направленных на их оптимизацию можно выделить:

* установление, поддержание и расширение контактов с жителями Москвы и организациями, функционирующими на территории города;
* информирование общественности о существе принимаемых Правительством Москвы решений;
* формирование благоприятного имиджа Мэра и Правительства Москвы, иных должностных лиц органов власти города;
* анализ общественной реакции на действия должностных лиц и органов власти Правительства Москвы;
* прогнозирование социально-политического процесса, обеспечение Правительства Москвы и отдельных его органов прогнозными аналитическими разработками.

Основываясь на анализе структуры Правительства Москвы, а также положений о деятельности органов исполнительной власти города (по состоянию на 01.10.2010) по связям с общественностью, можно отметить, что в городе проводится работа по всем указанным направлениям.

Вместе с тем, учитывая распределение основных функций по связям с общественностью между органами власти, работающими в этом направлении, а также относительно негативные результаты организации связей с общественность со стороны Правительства Москвы, наиболее полно выразившиеся в отставке Мэра Москвы Ю.М.Лужкова в связи с недоверием к нему со стороны Президента Российской Федерации Д.А.Медведева, можно сделать вывод, что организационная структура органов власти, призванных осуществлять эту сферу деятельности, а также распределение функций между ними, нуждается в модернизации.

Решение схожих задач различными органами исполнительной власти приводит к дублированию функций, что влечет за собой неэффективное расходования трудовых ресурсов и финансовых средств. Координация указанных органов власти, осуществляемая несколькими заместителями Мэра Москвы (Швецовой Л.И., Коробченко В.А., Виноградовым В.Ю., Байдаковым С.Л.), неизбежно приводила к отдельным несогласованным действиям. Создание скоординированной системы связей с общественностью позволит, во-первых, сократить расходы бюджета, а, во-вторых, сформировать у населения системное представление о том, каким образом осуществляется управление городом.

Работа по связям с общественностью в силу своей особой важности должна быть четко спланирована, строиться на основе общей стратегии информирования населения, с учетом особенностей развития каждого административного округа и района.

В целях устранения имеющихся недостатков предлагается более четко разграничить сферы деятельности различных органов власти, обеспечив разработку информационной политики и координацию связей с общественностью только одним из них. Наиболее предпочтительным, представляется возложить координацию реализации данной задачи на одного из заместителей Мэра Москвы. При этом на этого же заместителя Мэра целесообразно возложить координацию деятельности всех органов власти, выполняющих функции по формированию информационной политики и реализации связей с общественностью.

Кроме того, для увеличения достоверности информации, публикуемой в средствах массовой информации органам власти необходимо повысить эффективность работы организованных источников информации, уполномоченных представлять официальную информацию. Средства массовой информации должны иметь обратную связь, отклики органов исполнительной власти, подтверждающие, что их публикации приводят к реальному изменению существующего положения дел в лучшую сторону.

Ситуация в отрасли средств массовых коммуникаций в городе характеризуется не только разнообразием печатных и электронных средств массовой информации, но и вовлечением в эту среду большого количества работников как творческого, так и управленческого профилей. Учитывая это, важным элементом развития отрасли должно являться повышение квалификации сотрудников средств массовой информации, подготовка специалистов всех уровней для издательств, агентств, типографий

Необходимо констатировать, что средствам массовой информации принадлежит ведущая роль как в освещении деятельности органов власти города, так и в создании системы обратной связи, проведении мониторинга общественного мнения и общественных настроений. Возрастает популярность интернет-ресурсов Правительства Москвы. В настоящее время по данным ВЦИОМ более 13%[[43]](#footnote-43) населения России читают новости в сети Интернет. Год назад эта цифра была на 3% меньше. Интернет продолжает отбирать читателей у печатных изданий. По мнению аналитиков, уменьшение тиражей – это часть тенденции к снижению газетного рынка в целом. За последние годы в развитых странах существенно снизились тиражи ежедневных и еженедельных газет и журналов, особенно тех, которые не имеют четкой специализации. Печатным изданиям важно выстраивать сотрудничество с теми online-ресурсами, которые не являются их прямыми конкурентами, для того чтобы увеличить свое присутствие в сети Интернет. Соответственно должна развиваться и инфраструктура распространения электронных средств массовой информации за счет создания в сети специализированных порталов, ведущих сбор, подготовку и рассылку электронных копий читателям.

Необходимо отметить, что средства массовой информации выполняют не столько функцию информирования, сколько формирования общественного мнения, в том числе в таких общественных группах как дети, молодежь, пожилые люди, социально незащищенные слои населения. В этой связи создание качественного информационного продукта и гарантированное доведение его до москвичей становится принципиальной задачей органов власти, особенно в условиях давления информационного потока со стороны иностранных производителей. Необходимость совершенствования механизмов информирования жителей города о деятельности Правительства Москвы, Московской городской Думы связана и с реализацией в городе национальных проектов, иных значимых программ, что в целом способствует позитивному восприятию Москвы в стране и мире.

Также необходимо совершенствовать основные формы взаимодействия органов власти со средствами массовой информации: аккредитацию представителей средств массовой информации при органах власти, организацию и проведение пресс-конференций и брифингов с участием руководителей и должностных лиц органов власти, интервью с руководителями и должностными лицами органов власти.

Так, например аккредитация журналистов при органах власти своей основной целью должна иметь выстраивание цивилизованных отношений со средствами массовой информации, формирование единого формата этих взаимоотношений, которые позволят доносить через средства массовой информации наиболее адекватную информацию о деятельности органов власти города. Аккредитация должна позволять не только создавать формальные отношения со средствами массовой информации, но и стимулировать формирование при органах власти лояльных журналистов, способных стать надежными помощниками в освещении проблемных ситуаций и конструировании положительного имиджа органов власти города. Механизм аккредитации должен позволять поддерживать более тесные контакты с ключевыми корреспондентами и в обмен на свежую и эксклюзивную информацию получать от них положительные статьи и на бесплатной основе проводить агитационную кампанию управленческих решений, принимаемых органами власти города, округа, района. Фактически аккредитация должна стать своего рода договором между органами власти и средствами массовой информации о правилах взаимоотношений, о порядке получения и распространения информации.

Важнейшими формами взаимодействия органов власти и средств массовой информации являются пресс-конференции и брифинги. Данные формы взаимодействия имеют своей целью представление и комментирование информации о деятельности органов власти для последующего распространения ее в средствах массовой информации. Сроки проведения пресс-конференций должны определяться исходя из срочности информации и целесообразности ее попадания в те или иные средства массовой информации. Наибольший интерес у журналистского сообщества вызывают, как правило, темы, имеющие оттенок новизны и сенсационности, поэтому задержки в комментариях и разъяснениях Правительства Москвы по острым городским проблемам негативно сказываются на имидже органов исполнительной власти города.

В случаях, если информация, которую предполагается озвучить на пресс-конференции, имеет очень срочный характер и требует скорейшего отображения в средствах массовой информации, целесообразно использовать другие методы взаимодействия со СМИ, например, такие, как специальное заявление, рассылка пресс-релиза, телефонограммы.

Также важной формой взаимодействия со средствами массовой информации является интервью представителей органов власти по тем или иным проблемам городского хозяйства. При этом изложение информации должно основываться на глубокой осведомленности должностного лица, дающего интервью, по обсуждаемому вопросу. Учитывая то, что помимо информативности и представления экспертного мнения интервью играет роль инструмента по формированию персонального имиджа выступающего и образа представляемого им органа власти, очень важно при проведении интервью обратить внимание личные качества человека, дающего интервью. Также очень важно отразить в интервью принципиальные позиции органа власти по тем или иным проблемам, фактам нарушения законодательства, роли органа власти, призванного служить согласованию интересов и повышению уровня и качества жизни горожан. Интервью является универсальной формой взаимодействия, которое может осуществляться со всеми видами средств массовой информации (телевидение, радио, газеты и журналы, интернет). Наиболее интересные интервью получаются в режиме прямого эфира на телевидении и радиостанциях.

Таким образом, органами власти города должны максимально эффективно использоваться различные формы взаимодействия со средствами массовой информации, позволяющие обнародовать и объяснить позицию Правительства Москвы по тому или вопросу, подтвердить или опровергнуть факты и информацию, касающуюся деятельности органов власти, а также предотвратить использование «грязных» технологий.

В целях построения системных взаимоотношений со средствами массовой информации и эффективного использования этого ресурса при осуществлении связей с общественностью органами власти необходимо планирование этой деятельности. Планирование работы органов власти со средствами массовой информации должно включать в себя три уровня: стратегическое, тактическое и оперативное.

Стратегическое планирование должно являться своего рода генеральной линией Правительства Москвы во взаимоотношениях со средствами массовой информации и предполагает решение наиболее общих и приоритетных вопросов. При стратегическом планировании уполномоченным органом Правительства должны определяться роль и задачи различных средств массовой информации при реализации государственной информационной политики, характер материалов для размещения в средствах массовой информации. Для оптимального использования средств массовой информации органами власти в целях донесения информации до жителей города и формирования необходимого общественного мнения следует четко осознавать, какую роль могут играть средства массовой информации, какого рода информация должна быть размещена в тех или иных средствах массовой информации.

Тактическое планирование работы органов власти со средствами массовой информации должно решать более конкретные задачи и включает разработку плана-графика взаимодействия со средствами массовой информации с разбивкой по месяцам и неделям, определением основных событий, информационных поводов, материалов для обязательной публикации, необходимых выступлений и обращений с учетом периода выхода основных печатных изданий и сеток вещания электронных средств массовой информации.

Оперативное планирование работы органов власти со средствами массовой информации предполагает корректировку тактического планирования с учетом возникающих обстоятельств и в связи с тем, что график работы со средствами массовой информации может изменяться. Также может возникать необходимость в быстром реагировании на те или иные события, происходящие в городе и стране.

На основе трех уровней планирования должен формироваться план работы Правительства Москвы и отдельных органов исполнительной власти города со средствами массовой информации, включающий основные мероприятия по взаимодействию со средствами массовой информации, конкретные механизмы реализации этих мероприятий с учетом специфики различных средств массовой информации и охватываемой ими аудитории.

Таким образом, в целях совершенствования основных направлений и методов взаимодействия органов власти со средствами массовой информации предлагается более четко разграничить сферы деятельности различных органов власти, обеспечив разработку информационной политики и координацию связей с общественностью только одним из них, при этом предлагается возложить координацию реализации данной задачи на одного из заместителей Мэра Москвы. На этого же заместителя Мэра предлагается возложить координацию деятельности всех органов власти, выполняющих функции по реализации государственной информационной политики и связям с общественностью в городе Москве.

В целях повышения достоверности информации, публикуемой в средствах массовой информации органам власти необходимо повысить эффективность работы организованных источников информации, уполномоченных представлять официальную информацию. При этом, работу со средствами массовой информации необходимо осуществлять на плановой основе, постоянно совершенствуя используемые методы взаимодействия со средствами массовой информации, такими как аккредитация, пресс-конференции, брифинги, интервью и др.

\* \* \*

Таким образом, в качестве основных направлений совершенствования деятельности по связям с общественностью органов исполнительной власти города Москвы по результатам исследования предлагается сосредоточить усилия на формировании положительного имиджа органов власти, разработке технологичных решений по предупреждению, профилактике и нейтрализации конфликтных ситуаций, а также на оптимизации взаимодействия органов власти и средств массовой информации.

В целях формирования и поддержания положительного имиджа Правительства Москвы предлагается систематическое инициирование публикаций в различных средствах массовой информации, позволяющих воспринимать исполнительные органы власти не как бюрократические учреждения, а как организации, нацеленные на сотрудничество с жителями в самых различных сферах. Также предлагается более активное проведение интервью, пресс-конференций и других мероприятий, в ходе которых должностные лица органов власти имеют возможность заявить позицию Правительства Москвы, основанную на строгом соблюдению закона и недопустимости применения грязных технологий. В случае недобросовестных действий различных политических сил, предлагается шире использовать практику обращений в судебные инстанции с целью привлечения к ответственности недобросовестных политиков и восстановления положительного имиджа, как Правительства Москвы в целом, так и отдельных должностных лиц. Для облагораживания образа Правительства Москвы в глазах общества предлагается выработка единого стиля органов власти города, который сделает их внешний вид презентабельным, вызывающим уважение и доверие.

Для оперативного и эффективного разрешения конфликтных ситуаций методами связей с общественностью предлагается разработка типовых решений, позволяющих реализовать следующие задачи: адекватно оценить конфликтную ситуацию; спланировать поведение в ней органа власти; согласовать действия органа власти в конфликтной ситуации; эффективно использовать ресурсы, находящихся в распоряжении органа власти; рационально распределить выполнение функциональных обязанностей должностными лицами и работниками органа власти. Особое внимание предлагается уделить методам предотвращения конфликта, таким как предварительное проведение диагностики решений, обладающих конфликтным потенциалом, силами экспертов, в качестве которых могут выступать должностные лица, представители средств массовой информации, политические и общественные деятели, обладающие необходимым объемом информации и опытом управленческой деятельности для составления суждений и рекомендаций по проблеме.

Среди мероприятий по оптимизации взаимодействия органов власти со средствами массовой информации предлагается более четко разграничить сферы деятельности различных органов власти, возложив обязанности по координации разработки информационной политики и связей с общественностью на одного из заместителей Мэра Москвы. В обязанности этого же заместителя Мэра предлагается включить координацию деятельности всех органов власти, выполняющих функции по реализации государственной информационной политики и связям с общественностью в городе Москве. Это позволит обеспечить систематическую работу со средствами массовой информации на плановой основе, более эффективно и рационально применять различные методы взаимодействия со средствами массовой информации, такие как аккредитация, пресс-конференции, брифинги, интервью и проч. Также предлагается повысить оперативность работы организованных источников информации, уполномоченных представлять официальную информацию, для обеспечения своевременной публикации достоверной информации об органах власти.

**Заключение**

Все изложенное позволяет сделать вывод, что государственная информационная политика и деятельность по связям с общественностью носят не технический или вспомогательный характер. Это своего рода философия функционирования и развития современной организации, какой является Правительство Москвы. Они отражают специфику национальной культуры, понимание роли и места Правительства Москвы в политике, экономике и общественной деятельности, что подтверждает актуальность выбранной темы исследования.

Государственная информационная политика является особой сферой деятельности, связанной с воспроизводством и распространением информации в интересах государства и гражданского общества, и направленной на обеспечение конструктивного взаимодействия между их представителями.

Основная сущность информационной политики, реализуемой органами власти столицы, заключается в усиление информационной и разъяснительной работы среди жителей города, в том числе с использованием средств массовой информации. Основной целью государственной информационной политики, реализуемой Правительством Москвы, было определено создание действенной системы информирования москвичей о деятельности органов исполнительной власти города.

В ходе реализация государственной информационной политики Правительством Москвы решались задачи формирования единых подходов в области развития средств массовой информации, телекоммуникаций и книгоиздания, освещения и разъяснения мероприятий по реализации программ социально-экономического развития, содействия формированию благоприятного образа Москвы, обеспечения широкого доступа к информации о деятельности государственных органов города Москвы и органов местного самоуправления, развития инфраструктуры рынка средств массовой информации, создания разнообразной высоконравственной и художественной печатной и телевизионной продукции, развития легального рынка оборота объектов авторского права и смежных прав, усиления воздействия пропагандистской и издательской работы, повышения эффективности размещения социально значимой информации, создания условий для повышения квалификации и профессионального роста сотрудников средств массовых коммуникаций и ряда других.

Деятельность Правительства Москвы по реализации информационной политики основана на гуманистических принципах, отвечающих ценностным ориентирам демократии и социальной справедливости, человеколюбия и прав личности. Важнейшими принципами являются обеспечение прав и свобод граждан и организаций в информационной сфере, обеспечение свободы массовой информации, защита граждан и организаций от злоупотребления этой свободой.

Принципы деятельности Правительства Москвы по реализации государственной информационной политики определили выбор основных направлений, механизмов реализации, методов, средств и технологий, каналов распространения информационных сообщений, целевой аудитории, обеспечили создание сбалансированной системы финансирования.

Важное место в реализации Правительством Москвы эффективной государственной информационной политики занимают связи с общественностью, которые являются специализированной общественной деятельностью, направленной на создание, поддержание и развитие взаимодействия и взаимопонимания между органами государственной власти города Москвы и обществом.

Отмечено, что связи с общественностью всегда имеют социальный характер, поскольку в конечном итоге ориентированы как на отдельные общественные группы, так и на общество в целом. Социальная природа связей с общественностью находит свое выражение в функциях социального партнерства, социального продвижения, генератора социальной активности.

Исходя из этого, определено назначение структур по связям с общественностью Правительства Москвы, которое находит конкретное воплощение в следующих направлениях деятельности: обеспечение открытости органов власти для жителей, общественных, политических и иных организаций; создание устойчивых контактов и связей органов власти города со всеми общественно-политическими организациями и средствами массовой информации, способными влиять на ход управления городом и настроение жителей; повышение уровня информированности населения и интереса к деятельности городских органов власти; нивелирование и устранение конфликтных ситуаций, связанных с принятыми управленческими решениями, как на городском, так и на федеральном уровне; формирование положительного образа органов государственной власти. Фактически связи с общественностью, учитывая выполняемые ими функции, выступают в роли универсального инструмента для управления взаимодействием органов государственной власти и различных социальных групп.

Проведенное исследование показало, что основными структурными элементами системы по организации связей с общественностью в исполнительных органах государственной власти города Москвы являются Пресс-служба Мэра и Правительства Москвы, Комитет общественных связей города Москвы, Комитет по телекоммуникациям и средствам массовой информации города Москвы, Департамент территориальных органов исполнительной власти города Москвы, Комитет рекламы, информации и оформления города Москвы, Комитет информационных технологий города Москвы, Управление по связям с органами законодательной и исполнительной власти Правительства Москвы. Кроме того, практически во всех городских органах власти в той или иной форме созданы и функционируют подразделения по связям с общественностью или информационно-аналитические службы.

Отмечено, что самым эффективным и действенным инструментом осуществления государственными органами исполнительной власти связей с общественностью является взаимодействие со средствами массовой информации, которые выступают как могущественные посредники между органами власти и населением, поэтому должны расцениваться органами власти в качестве стратегических партнеров в осуществлении связей с общественностью.

При этом, в ходе реализации поставленных задач органы государственной власти Москвы в большей степени взаимодействуют с городскими средствами массовой информации, окружные и районные органы власти в чаще обращаются к окружной и районной прессе, используя при этом возможности городских средств массовой информации. При определении приоритетных направлений взаимодействия государственных органов исполнительной власти Москвы со средствами массовой информации учитывается их зависимость от тех или иных государственных, политических и финансовых структур, а также целевая аудитория, на которую ориентируются в своей деятельности средства массовой информации.

Исследование показало, что к основным направлениям взаимодействия государственных органов исполнительной власти Москвы со средствами массовой информации относятся: участие представителей средств массовой информации в мероприятиях, проводимых органами власти; аккредитация представителей средств массовой информации при Правительстве Москвы и Московской городской Думе; организация и проведение интервью, пресс-конференций и брифингов с участием членов Правительства Москвы, руководителей органов исполнительной власти города; инициирование публикации и трансляции новостных и аналитических материалов, специальных заявлений и репортажей, тематических программ и статей; рассылка материалов в средства массовой информации.

При организации информационных потоков городскими органами по связям с общественностью особое внимание было уделено формировании образа Мэра как политика, последовательно отстаивающего свое мнение. При освещении деятельности Мэра и Правительства Москвы, внимание средств массовой информации концентрировалось на мероприятиях, направленных на стабилизацию экономики столицы в условиях кризиса, внедрению систем энерго- и ресурсосбережения; реализации программы «Народный гараж», осуществлении в столице в полном объеме социальных программ, несмотря на существенное сокращение городского бюджета.

Вместе с тем, недостаточно продуманная реализация проводимых на территории города мероприятий в ряде случаев вызывала справедливую критику со стороны средств массовой информации. Наиболее остро и чувствительно воспринимались населением решения по вопросам и проблемам в градостроительной сфере. Серьезный ущерб репутации Мэра и Правительства Москвы был нанесен в результате громких коррупционных разоблачений. При этом, благодаря последовательной деятельности органов власти по связям с общественностью, как правило, средства массовой информации воздерживались от оценок, приводя аргументы сторон и сообщая о подробностях расследований.

В структуре оценочного сегмента информационного поля критические сообщения заметно преобладали над позитивными, что свидетельствует о недостаточно скоординированной деятельности органов власти по ряду направлений организации связей с общественностью, в том числе по адекватному реагированию на факты дезинформации, размещаемые в средствах массовой информации.

В целях повышения достоверности информации, размещаемой в средствах массовой информации, перспективным направлением развития связей с общественностью органами власти Москвы использование собственных интернет-сайтов для информирования населения, которые могут выступатьв качестве своеобразных информационных агентств.

В целом, несмотря на выявленное в ходе исследование дублирование и недостаточно четкую регламентацию ряда функций, организационная структура Правительства Москвы обеспечивает реализацию Правительством Москвы государственной информационной политики по большинству направлений согласно определенным целям, поставленным задачам и заявленным принципам.

В качестве основных направлений совершенствования деятельности по связям с общественностью органов исполнительной власти города Москвы по результатам исследования предлагается сосредоточить усилия на формировании положительного имиджа органов власти, разработке технологичных решений по предупреждению, профилактике и нейтрализации конфликтных ситуаций, а также на оптимизации взаимодействия органов власти и средств массовой информации.

В целях формирования и поддержания положительного имиджа Правительства Москвы предлагается систематическое инициирование публикаций в различных средствах массовой информации, позволяющих воспринимать исполнительные органы власти не как бюрократические учреждения, а как организации, нацеленные на сотрудничество с жителями в самых различных сферах. Именно в этом направлении в настоящее время осуществляется работа по формированию имиджа Мэра Москвы С.С.Собянина.

Также предлагается более активное проведение интервью, пресс-конференций и других мероприятий, в ходе которых должностные лица органов власти имеют возможность заявить позицию Правительства Москвы, основанную на строгом соблюдению закона и недопустимости применения грязных технологий. В случае недобросовестных действий различных политических сил, предлагается шире использовать практику обращений в судебные инстанции с целью привлечения к ответственности недобросовестных политиков и восстановления положительного имиджа, как Правительства Москвы в целом, так и отдельных должностных лиц. Для облагораживания образа Правительства Москвы в глазах общества предлагается выработка единого стиля органов власти города, который сделает их внешний вид презентабельным, вызывающим уважение и доверие.

Для оперативного и эффективного разрешения конфликтных ситуаций методами связей с общественностью предлагается разработка типовых решений, позволяющих реализовать следующие задачи: адекватно оценить конфликтную ситуацию; спланировать поведение в ней органа власти; согласовать действия органа власти в конфликтной ситуации; эффективно использовать ресурсы, находящихся в распоряжении органа власти; рационально распределить выполнение функциональных обязанностей должностными лицами и работниками органа власти. Особое внимание предлагается уделить методам предотвращения конфликта, таким как предварительное проведение диагностики решений, обладающих конфликтным потенциалом, силами экспертов, в качестве которых могут выступать должностные лица, представители средств массовой информации, политические и общественные деятели, обладающие необходимым объемом информации и опытом управленческой деятельности для составления суждений и рекомендаций по проблеме.

Среди мероприятий по оптимизации взаимодействия органов власти со средствами массовой информации предлагается более четко разграничить сферы деятельности различных органов власти, возложив обязанности по координации разработки информационной политики и связей с общественностью на одного из заместителей Мэра Москвы. В обязанности этого же заместителя Мэра предлагается включить координацию деятельности всех органов власти, выполняющих функции по реализации государственной информационной политики и связям с общественностью в городе Москве. Это позволит обеспечить систематическую работу со средствами массовой информации на плановой основе, более эффективно и рационально применять различные методы взаимодействия со средствами массовой информации, такие как аккредитация, пресс-конференции, брифинги, интервью и проч. Также предлагается повысить оперативность работы организованных источников информации, уполномоченных представлять официальную информацию, для обеспечения своевременной публикации достоверной информации об органах власти.

Выявленные в ходе исследования проблемы в деятельности по связям с общественностью в органах исполнительной власти города Москвы, как показывают многочисленные публикации в средствах массовой информации, характерны для большинства органов государственной власти, поэтому предлагаемые направления совершенствования связей с общественностью актуальны для всех органах государственной власти города Москвы.

Только путем эффективного осуществления органами государственной власти города Москвы связей с общественностью, основанных на базовых принципах информационной политики, возможно улучшение социально-психологического самочувствия жителей города, консолидации населения по решению актуальных проблем как отдельных районов и административных округов, так и Москвы в целом.

Таким образом, в ходе исследования были реализованы поставленные задачи аттестационной работы:

* определены теоретические основы деятельности органов исполнительной власти города Москвы по связям с общественностью;
* раскрыты основные проблемы и противоречия в организации связей с общественностью в органах исполнительной власти города Москвы;
* выявлены потенциальные резервы в совершенствовании связей с общественностью в органах исполнительной власти и сформулированы основные направления дальнейшего развития деятельности по связям с общественностью в органах государственной власти города Москвы.

В результате исследования была достигнута поставленная цель: выявлены имеющиеся проблемы в деятельности по связям с общественностью в органах исполнительной власти города Москвы, определены пути их решения и, на основе этого, сформулированы основных направлений совершенствования связей с общественностью в органах государственной власти города Москвы.

**Список литературы**

1. Конституция Российской Федерации: Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. – М.: Издание ЦИК РФ, 2009. – 64 с.
2. Федеральный Закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». – Режим доступа: http://www.rg.ru/2006/07/29/informacia-dok.html.
3. Федеральный Закон Российской Федерации от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления». – Режим доступа: http://www.rg.ru/2009/02/13/dostup-dok.html.
4. Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» (в редакции от 09.02.2009) . – Режим доступа: http://www.rg.ru/1991/12/27/smi-zakon.html.
5. Закон города Москвы от 25 июня 1997 г. № 28-51 «О защите прав граждан при реализации градостроительных решений в городе Москве». – Режим доступа: http://www.duma.mos.ru/cgi-bin/prt\_txt?vid=1&viddoc=1&unom=86.
6. Закон города Москвы от 21 января 2000 г. № 2 «Об административной ответственности за злоупотребление свободой распространения информации» (утратил силу). – Режим доступа: http://www.duma.mos.ru/cgi-bin/prt\_txt?vid=1&viddoc=1&unom=686.
7. Постановление Правительства Москвы от 23 августа 1994 г. № 703 «О дополнительных мерах по организации информирования населения о деятельности Мэрии и Правительства Москвы». – Режим доступа: http://www.lawrussia.ru/texts/legal\_383/doc383a197x749.htm.
8. Постановление Правительства Москвы от 7 мая 1996 г. № 401 «О мерах по улучшению информирования населения Москвы о деятельности органов власти территориальными органами управления». – Режим доступа: http://vocart.mos.ru/finder.htm?B=05&R=B8199080&I=8182.
9. Постановление Правительства Москвы от 6 августа 2002 г. № 609-ПП «О городской целевой программе «Электронная Москва». – Режим доступа: http://vocart.mos.ru/finder.htm?B=03&R=7938C0C3&I=2241.
10. Постановление Правительства Москвы от 28 декабря 2005 г. № 1094-ПП «О реализации Генерального плана развития города Москвы за 2000-2004 гг. и организации работ по актуализации Генерального плана города Москвы». – Режим доступа: http://vocart.mos.ru/finder.htm?B=02&R=793BB0D5 I=4449.
11. Постановление Правительства Москвы от 20 июня 2006 г. № 420-ПП «О Комплексной целевой программе развития и поддержки малого предпринимательства в городе Москве на 2007-2009 гг.». – Режим доступа: http://vocart.mos.ru/finder.htm?B=02&R=7946A0E3&I=6526.
12. Постановление Правительства Москвы от 8 апреля 2008 г. № 279-ПП «О реализации Генерального плана развития города Москвы за 2006 год и завершении актуализации Генерального плана города Москвы на период до 2025 года». – Режим доступа: http://vocart.mos.ru/finder.htm?B=01&R= 79606067&I=930.
13. Постановление Правительства Москвы от 30 сентября 2008 г. № 879-ПП «О городской целевой программы «Развитие телекоммуникаций и средств массовой информации в городе Москве на 2009-2011 гг.». – Архив префектуры СВАО.
14. Постановление Правительства Москвы от 4 августа 2009 г. № 724-ПП «О Городской целевой программе развития и поддержки малого и среднего предпринимательства в городе Москве на 2010-2012 гг.». – Режим доступа: http://vocart.mos.ru/finder.htm?B=01&R=79641059&I=6743.
15. Постановление Правительства Москвы от 18 мая 2010 г. № 402-ПП «О проекте закона города Москвы «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов города Москвы и органов местного самоуправления в городе Москве». – Режим доступа: http://vocart.mos.ru/ finder.htm?B =01&R= 79BF20DA&I=10738.
16. Постановление Правительства Москвы от 27 июля 2010 г. № 582-ПП «О ходе подготовки к Всероссийской переписи населения 2010 года в городе Москве». – Архив префектуры СВАО.
17. Постановление Правительства Москвы от 14 сентября 2010 г. № 804-ПП «О мерах по развитию и поддержке малого и среднего предпринимательства в молодежной среде в городе Москве на 2010-2012 гг.». – Режим доступа: http://vocart.mos.ru/finder.htm?B=01&R=79C89044&I=12355.
18. Распоряжение Правительства Москвы от 26 февраля 2007 г. № 314-РП «О печатных изданиях». – Режим доступа: http://vocart.mos.ru/finder.htm?B =02&R=79CCA0AE&I=9913.
19. Распоряжение Правительства Москвы от 11 февраля 2008 г. № 260-РП «Об утверждении Концепции городской целевой программы «Развитие телекоммуникаций и средств массовой информации в г. Москве (2009-2011 гг.)». – Режим доступа: http://vocart.mos.ru/finder.htm?B=01&R=79D1A 096&I =315.
20. Распоряжение Правительства Москвы от 26 октября 2009 г. № 2795-РП «Об итогах проведения ежегодного городского смотра «Информируем из первых рук» 2008 года и проведении ежегодного городского смотра «Информируем из первых рук» в 2009 году». – Режим доступа: http://vocart.mos.ru/finder.htm?B=01&R=79D5F072&I=8116.
21. Распоряжение Мэра Москвы от 20 июля 2001 г. № 715-РМ «О разработке Комплексной программы движения Москвы к информационному обществу». – Режим доступа: http://vocart.mos.ru/finder.htm?B=04&R=79D81030&I =11880.
22. Положение о Департаменте территориальных органов исполнительной власти города Москвы (постановление Правительства Москвы от 24 августа 2004 г. N 579-ПП в ред. постановления Правительства Москвы от 02.06.2009 N 508-ПП, от 03.11.2009 N 1184-ПП, от 22.12.2009 N 1434-ПП). – Режим доступа: http://www.mos.ru.
23. Положение о Комитете по телекоммуникациям и средствам массовой информации города Москвы (постановление Правительства Москвы от 17 июня 2003 г. № 461-ПП в редакции ППМ от 30.12.2003 № 1079-ПП, от 13.09.2005 № 712-ПП, от 22.04.2008 № 323-ПП, от 25.08.2009 № 818-ПП, от 26.01.2010 N 52-ПП). – Режим доступа: http://www.mos.ru.
24. Положение о Пресс-службе Мэра и Правительства Москвы (распоряжение Мэра Москвы от 1 июля 2009 г. № 231-РМ). – Режим доступа: http://www.mos.ru.
25. Положение о Комитете общественных связей города Москвы (постановление Правительства Москвы от 28 апреля 2009 г. № 353-ПП в ред. ППМ от 15.12.2009 № 1387-ПП). – Режим доступа: http://www.mos.ru.
26. Ханов Г.Г., Косоруков А.В., Александров О.Ю. Связи с общественностью в деятельности избирательных комиссий. – М.: РЦОИТ, 2002. – 112 с.
27. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: учеб. пособие. – М.:Дело, 2003. – 496 с.
28. Информационная политика: Учебник/ Под общ. ред. В.Д.Попова. - М.: Изд-во РАГС, 2003. – 463 с.
29. Система средств массовой информации России: Учебное пособие для вузов / под. ред. Я.Н.Засурского – М.:Аспект Пресс, 2003. – 259 с.
30. Управление общественными отношениями. Учебник / под общ. ред. В.С.Комаровского. – М.: Издательство РАГС, 2005. – 400 с.
31. По материалам пресс-конференции А.В.Кузьмина, председателя Москомархитектуры, от 11.12.2009 \ О некоторых решениях Правительства Москвы и мерах по их реализации (октябрь-декабрь 2009 г.) – М.: Московские учебники – СиДипресс, 2009. – 144 с.
32. Аналитическая записка по мониторингу федеральных и городских СМИ. 2009 год. Москва. Мониторинг. Управление по связям с оргнанми законодательной и исполнительной власти. – Архив префектуры СВАО.
33. Положение о ежегодном городском смотре «Информируем из первых рук». – Архив префектуры СВАО.
34. Деловая газета «Взгляд». – Режим доступа: http://www.vz.ru.
35. Могут ли москвичи изменить лицо города? РИА Новости, 13.08.2009. – Режим доступа: http://rian.ru.
36. Генплан Москвы может помочь сделать жизнь москвичей комфортной. Строительный мир, 15.09.2009. – Режим доступа: http://www.stroi.ru.
37. PR-портал Российской ассоциации по связям с общественностью. – Режим доступа: http://www.raso.ru.
38. Сайт Международного Клуба PR-управляющих. – Режим доступа: http://www.pr-professional.ru.

1. http://www.raso.ru. [↑](#footnote-ref-1)
2. http://www.pr-professional.ru. [↑](#footnote-ref-2)
3. Ханов Г.Г., Косоруков А.В., Александров О.Ю. Связи с общественностью в деятельности избирательных комиссий. 2002 \ Архив префектуры СВАО. [↑](#footnote-ref-3)
4. Информационная политика: Учебник/ Под общ. ред. В.Д.Попова. - М.: Изд-во РАГС, 2003. – с.38. [↑](#footnote-ref-4)
5. Постановление Правительства Москвы от 23 августа 1994 г. № 703 «О дополнительных мерах по организации информирования населения о деятельности Мэрии и Правительства Москвы» \ http:// www.LawRussia.ru. [↑](#footnote-ref-5)
6. Постановление Правительства Москвы от 23 августа 1994 г. № 703 «О дополнительных мерах по организации информирования населения о деятельности Мэрии и Правительства Москвы» \ http://www.LawRussia.ru. [↑](#footnote-ref-6)
7. Постановление Правительства Москвы от 7 мая 1996 г. № 401 «О мерах по улучшению информирования населения Москвы о деятельности органов власти территориальными органами управления» \ http://www.mos.ru. [↑](#footnote-ref-7)
8. Закон города Москвы от 21 января 2000 г. № 2 «Об административной ответственности за злоупотребление свободой распространения информации» \ http:// www.duma.mos.ru. [↑](#footnote-ref-8)
9. Распоряжение Правительства Москвы от 26 февраля 2007 г. № 314-РП «О печатных изданиях» \ http:// www.mos.ru. [↑](#footnote-ref-9)
10. Распоряжение Правительства Москвы от 11 февраля 2008 г. № 260-РП «Об утверждении Концепции городской целевой программы «Развитие телекоммуникаций и средств массовой информации в г.Москве (2009-2011 гг.)» \ http:// www.mos.ru. [↑](#footnote-ref-10)
11. Постановление Правительства Москвы от 30 сентября 2008 г. № 879-ПП «О городской целевой программе «Развитие телекоммуникаций и средств массовой информации в городе Москве на 2009-2011 гг.» \ Архив префектуры СВАО [↑](#footnote-ref-11)
12. Постановление Правительства Москвы от 18 мая 2010 г. № 402-ПП «О проекте закона города Москвы «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов города Москвы и органов местного самоуправления в городе Москве» \ http:// www.mos.ru. [↑](#footnote-ref-12)
13. Федеральный Закон Российской Федерации от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» \ http://www.rg.ru. [↑](#footnote-ref-13)
14. Закон города Москвы от 25 июня 1997 г. № 28-51 «О защите прав граждан при реализации градостроительных решений в городе Москве» \ http:// www.duma.mos.ru. Постановления Правительства Москвы от 28 декабря 2005 г. № 1094-ПП «О реализации Генерального плана развития города Москвы за 2000-2004 гг. и организации работ по актуализации Генерального плана города Москвы» и от 8 апреля 2008 г. № 279-ПП «О реализации Генерального плана развития города Москвы за 2006 год и завершении актуализации Генерального плана города Москвы на период до 2025 года» \ http:// www.mos.ru. [↑](#footnote-ref-14)
15. Могут ли москвичи изменить лицо города? \ РИА Новости, 13.08.2009. [↑](#footnote-ref-15)
16. Генплан Москвы может помочь сделать жизнь москвичей комфортной. \ Строительный мир, 15.09.2009. [↑](#footnote-ref-16)
17. По материалам пресс-конференции А.В.Кузьмина, председателя Москомархитектуры, от 11.12.2009 \ О некоторых решениях Правительства Москвы и мерах по их реализации (октябрь-декабрь 2009 г.) – М.: Московские учебники – СиДипресс, 2009. – 144 с. [↑](#footnote-ref-17)
18. Постановления Правительства Москвы от 20 июня 2006 г. № 420-ПП «О Комплексной целевой программе развития и поддержки малого предпринимательства в городе Москве на 2007-2009 гг.», от 4 августа 2009 г. № 724-ПП «О Городской целевой программе развития и поддержки малого и среднего предпринимательства в городе Москве на 2010-2012 гг.» и от 14 сентября 2010 г. № 804-ПП «О мерах по развитию и поддержке малого и среднего предпринимательства в молодежной среде в городе Москве на 2010-2012 гг.» \ http://www.mos.ru. [↑](#footnote-ref-18)
19. Постановление Правительства Москвы от 27 июля 2010 г. № 582-ПП «О ходе подготовки к Всероссийской переписи населения 2010 года в городе Москве» \ Архив префектуры СВАО. [↑](#footnote-ref-19)
20. Информация о готовности к проведению Всероссийской переписи населения 2010 года в городе Москве \ Архив префектуры СВАО. [↑](#footnote-ref-20)
21. Распоряжение Мэра Москвы от 20 июля 2001 г. № 715-РМ «О разработке Комплексной программы движения Москвы к информационному обществу», постановление Правительства Москвы от 6 августа 2002 г. № 609-ПП «О городской целевой программе «Электронная Москва» \ http:// www.mos.ru. Закон города Москвы от 24 октября 2001 г. № 52 «Об информационных ресурсах и информатизации города Москвы» \ http:// www.duma.mos.ru. [↑](#footnote-ref-21)
22. Закон города Москвы от 9 июля 2003 г. № 47 «О городской целевой программе «Электронная Москва» \ http:// www.duma.mos.ru. [↑](#footnote-ref-22)
23. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации, утвержденная Президентом Российской Федерации 7 февраля 2008 г. № Пр-212 \ http://www.rg.ru. План реализации Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации до 2011 г., утвержденный Президентом Российской Федерации 13 февраля 2010 г. № Пр-357 \ http://www.infosovet.ru. [↑](#footnote-ref-23)
24. Распоряжения Правительства Москвы от 27 июня 2008 г. № 1427-РП «Об утверждении Концепции городской целевой программы «Электронная Москва (2009-2011 гг.)», от 5 августа 2009 г. № 1724-РП «Об утверждении Плана мероприятий Городской целевой программы "Электронная Москва (2009-2011 гг.)" на 2009 г.» (утратило силу - № 988-РП от 24 мая 2010 г.), постановлений Правительства Москвы от 28 июля 2009 г. № 697-ПП «Об утверждении Положения о реализации Городской целевой программы «Электронная Москва (2009-2011 гг.)», от 17 ноября 2009 г. № 1255-ПП «Об утверждении Положения о системе экспертизы мероприятий (проектов) и результатов выполнения Городской целевой программы«Электронная Москва (2009-2011 гг.)», от 24 августа 2010 г. № 740-ПП «Об утверждении Плана мероприятий Городской целевой программы«Электронная Москва (2009-2011 гг.)» на 2010 год» \ http:// www.mos.ru. [↑](#footnote-ref-24)
25. Аналитические материалы о работе органов исполнительной власти Москвы по обеспечению ими доступа к информации, размещаемой на официальных сайтах в сети Интернет. 2010 г. \ Архив префектуры СВАО. [↑](#footnote-ref-25)
26. Проект постановления Правительства Москвы «Об утверждении Концепции развития информационно-коммуникационных технологий в городе Москве до 2015 года и Городской целевой программы «Электронная Москва (2011-2013 гг.)» \ Архив префектуры СВАО [↑](#footnote-ref-26)
27. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: учеб. пособие. – М.:Дело, 2003. Управление общественными отношениями. Учебник / под общ. ред. В.С.Комаровского. – М.: Издательство РАГС, 2005. [↑](#footnote-ref-27)
28. Ханов Г.Г., Косоруков А.В., Александров О.Ю. Связи с общественностью в деятельности избирательных комиссий. 2002 \ Архив префектуры СВАО [↑](#footnote-ref-28)
29. Положение о Пресс-службе Мэра и Правительства Москвы \ http:// www.mos.ru. [↑](#footnote-ref-29)
30. Положение о Комитете по телекоммуникациям и средствам массовой информации города Москвы \ http:// www.mos.ru. [↑](#footnote-ref-30)
31. Положение о Пресс-службе Мэра и Правительства Москвы \ http:// www.mos.ru. [↑](#footnote-ref-31)
32. Там же. [↑](#footnote-ref-32)
33. Положение о Комитете общественных связей города Москвы \ http:// www.mos.ru. [↑](#footnote-ref-33)
34. Положение о Пресс-службе Мэра и Правительства Москвы \ http:// www.mos.ru. [↑](#footnote-ref-34)
35. Положение о Комитете общественных связей города Москвы \ http:// www.mos.ru. [↑](#footnote-ref-35)
36. Положение о Комитете по телекоммуникациям и средствам массовой информации \ http:// www.mos.ru. [↑](#footnote-ref-36)
37. Положение о Департаменте территориальных органов исполнительной власти города Москвы \ http:// www.mos.ru. [↑](#footnote-ref-37)
38. Федеральный Закон Российской Федерации от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» \ http://www.rg.ru. [↑](#footnote-ref-38)
39. Аналитическая записка по мониторингу федеральных и городских СМИ. 2009 год. Москва. Мониторинг. Управление по связям с органами законодательной и исполнительной власти \ Архив префектуры СВАО [↑](#footnote-ref-39)
40. Аналитическая записка по мониторингу федеральных и городских СМИ. 2009 год. Москва. Мониторинг. Управление по связям с органами законодательной и исполнительной власти \ Архив префектуры СВАО [↑](#footnote-ref-40)
41. Там же. [↑](#footnote-ref-41)
42. Аналитическая записка по мониторингу федеральных и городских СМИ. 2009 год. Москва. Мониторинг. Управление по связям с органами законодательной и исполнительной власти \ Архив префектуры СВАО. [↑](#footnote-ref-42)
43. Постановление Правительства Москвы от 30 сентября 2008 г. № 879-ПП «О городской целевой программе «Развитие телекоммуникаций и средств массовой информации в городе Москве на 2009-2011 гг.» \ Архив префектуры СВАО [↑](#footnote-ref-43)