

УДК 316.776.22

Л.И. Газизова

ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ В ЭЛЕКТРОННЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН)

Статья посвящена исследованию официальных сайтов администраций муниципальных образований Республики Башкортостан как информационно-коммуникативных каналов формирования образа муниципальной власти. Обобщены результаты массового опроса по открытости органов власти, проанализирован контент сайтов, их вербальная и визуальная составляющие. На этой основе выявлена специфика формирования образа, адекватного современным общественным ожиданиям, сформулирован ряд рекомендаций.

Ключевые слова: образ муниципальной власти, сайты администраций муниципальных образований, вербальные и визуальные каналы формирования образа власти.

В политической психологии наряду с образами и персонифицированными политико-психологическими портретами политических лидеров все более популярным становится исследование образа власти. Муниципальная власть, будучи относительно новым видом публично-властных институтов в российской политической системе, формируя собственный образ, адекватный политическим реалиям, нуждается в сознательном конструировании и корректировке сложившихся представлений. Парадоксальность восприятия муниципальной власти обусловлена тем, что Конституцией Российской Федерации местная власть провозглашена самостоятельным институтом, не входящим в систему органов государственной власти. Однако в сознании граждан она ассоциируется именно с государственной властью. Такое представление сложилось благодаря советскому периоду организации политической системы и остается устойчивым как среди граждан, так и среди самих муниципальных служащих. В свете вышеописанного актуализируется задача формирования образа, адекватного современному правовому статусу муниципальной власти.

Теоретико-методологические основания исследования

В современной отечественной политологии образ власти понимается преимущественно как система представлений о власти, о ее сущности, функциях, структуре, включая ожидания от власти определенных социально-политических действий (см., например, [1. С. 25]). Важно подчеркнуть, что формирование образа власти происходит непрерывно, даже в случае минимального участия властных субъектов. В то же время, анализируя деятельность властных субъектов в области позиционирования власти, необходимо выделять способы и методы, с помощью которых происходит контролируемый процесс эмоционального и когнитивного вовлечения граждан, формирующий образ. Кроме того, исследователи справедливо подчеркивают, что образ власти складывается из визуальных и вербальных структурных элементов [2. С. 18]. Поэтому для уяснения механизма формирования образа власти

важно уделить внимание вопросу выбора визуальных рядов и вербальных средств, посредством которых власть транслирует себя.

Анализируя образ власти, российские исследователи, в частности коллектив под руководством профессора Е.Б. Шестопал, изучают политическое сознание российских граждан, особенности восприятия ими власти – т.е. то, на что направлено воздействие ряда средств массовой информации [3]. Механизм формирования образа власти предполагает наличие как непосредственных носителей образов, так и того, на что транслируется образ, а именно политического сознания российских граждан. При этом формирование образа носит взаимообусловленный характер. Отдельным звеном в этом процессе выступают трансляторы – средства массовой информации и коммуникации, где наиболее перспективными выступают различные формы интерактивных коммуникаций, в том числе оппозиционных власти, которые стали возможными благодаря развитию Интернета.

Политика в современном обществе начинает выступать как особая сфера социальной коммуникации, определяющая черты массовой коммуникативной культуры. В целях адекватного анализа тенденций мирового развития возникают научные теории, отражающие и раскрывающие суть властных отношений через систему коммуникаций. Не случайно А.В. Назарчук отмечает, что на смену традиционной политики «сил и влияний» постепенно приходит «делиберативная» политика. Однако сегодня она остается в большей степени идеально-типической конструкцией, нежели реальной практикой [4. С. 99].

Понятие делиберативной (от *deliberate* – обсуждать, спорить) политики было введено Дж. Дьюи [5. С. 207]. Наибольший вклад в его теоретическое обоснование сделал Ю. Хабермас, включив его в свою политико-философскую концепцию. В частности, с точки зрения исследователя, демократия не может восприниматься сегодня как политическое доминирование большинства. Акценты смещаются на «средства, посредством которых большинство становится большинством... другими словами, существенная необходимость демократии заключается в улучшении методов и условий дебатов, дискуссий и убеждений» [4. С. 102]. Таким образом, делиберативная политика подразумевает увеличение доли политических коммуникаций, растущих на основе глобализации, развития технологий и средств связи.

Ключевое понятие теории общества Ю. Хабермаса – «публичность». Публичность – сфера, где происходит презентация участниками общественной коммуникации частных интересов и мнений, которые интерпретируются и получают признание в качестве общественно значимых. Публичность является принципом организации общественной и политической жизни. Общество откликается на политические интересы, претендующие на универсальный характер и предполагающие достижение общественного консенсуса.

Говоря о механизме реализации власти в современном обществе, исследователь предлагает отделять власть, порожденную в результате общественных коммуникаций, от власти административной. «Коммуникационный поток между общественным мнением, институционализированными решениями-выборами и законодательными решениями должны гарантировать, что публицистически созданное влияние и коммуникативно произведенная власть переливаются через законодательство в административную власть...

Процедуры и коммуникационные предпосылки демократического формирования мнения и воли функционируют как важные шлюзы для дискурсивной рационализации решений, связанных правом и законом, правительством и управлением... Дискурсивному понятию демократии соответствует образ децентрализованного общества, которое видит в политической общественности арену для восприятия, идентификации и обработки проблем всего социума», – подчеркивает Ю. Хабермас [6. С. 366].

Другой теоретик делиберативной политики – Й. Коген – выдвигает тезис о том, что и государство, и общество в информационном пространстве проявляют себя в качестве основных игроков, причем современные коммуникации предоставляют обществу дополнительные возможности для контроля за деятельностью органов власти [4. С. 102]. Однако обществу не удастся в должной мере контролировать государство. А.И. Соловьев справедливо отмечает, что в самой природе государства уже содержатся как публичные, так и полутеневые и теневые формы коммуникаций [7. С. 87]. Полутеневая сфера имеет ярко выраженный узкогрупповой характер, в центре которой стоят опеределенные элитарные группировки, формирующиеся на принципах круговой поруки, семейственности, протекционизма и фаворитизма; теневая сфера полностью находится вне правовых норм регулирования и зачастую связана с криминалом. Обе эти сферы включены в массовом сознании россиян в образ нынешней власти и регулярно выявляются в массовых опросах в числе институтов, обладающих наибольшим влиянием в России [2, 3]. Эти же сферы противостоят публичной, которая строится на принципах открытости и демократичности и в конечном счете направлена на реализацию интересов общества [7. С. 85–86]. Возвращаясь к предмету нашего исследования, подчеркнем, что большие возможности для развития вышеназванной «делиберативной политики» открывает именно муниципальный уровень власти, где локальность позволяет налаживать непосредственные контакты общественности и власти, где само понятие «общественность» может соответствовать своему существенному признаку: активному участию в решении социальных вопросов. Однако в какой мере эти возможности реализуются муниципальной властью – это вопрос неоднозначный.

Муниципальную власть как особый вид публично-властных отношений, приближенных к населению, оправданно исследовать на основе коммуникативного подхода, так как все «социальные системы образуются исключительно благодаря коммуникации» [8. С. 13]. С точки зрения коммуникативного подхода власть представляет собой сложную систему коммуникаций как субъект-субъектных отношений. Понятие власти освобождается от опредмеченных отношений «властитель – подданный», в центре оказываются коммуникации вообще, т.е. «подданный» так или иначе осознает возможности своего выбора, активно коммуницирует, хотя и направляется через медийные коды «подсказками элит» [9. С. 80–93]. Ю. Хабермас в своей теории коммуникативного действия, так же как и Н. Луман, рассматривает коммуникацию в качестве базового социального процесса. Он обосновывает возможность конституирования ненасильственных невертикальных способов социального бытия как «универсального примирения». Для достижения такого состояния необходима переориентация с вертикально интегрированной конструкции

власти на принципиально иную структуру – субъект-субъектную интеракцию [10]. Данная конструкция, пусть и прогрессивная и желанная, пока может восприниматься только как умозрительная в силу многих, в том числе исторических, культурных факторов, причем не только в России. Однако именно в контексте коммуникативной модели власти становится актуальной задача формирования в России активного местного сообщества, так как на уровне муниципальной власти легче и продуктивнее организовать процесс взаимопонимания, лежащий в основе интерсубъектности. Здесь на первый план выходит проблема образа муниципальной власти, который уже сформирован в сознании россиян. Образ этот ассоциирован с властью вообще, а следовательно, не воспринимается населением как образ власти, при взаимодействии с которой гражданин может реализовать свои гражданские, политические и правовые инициативы. В этой связи актуальна проблема трансформации сложившегося образа в сторону большей автономности, оперативности и эффективности в решении местных проблем.

С развитием телевидения, печатных изданий, а затем электронных средств массовой коммуникации основные субъекты политики при помощи новых информационных каналов целенаправленно стремятся создать собственный позитивный образ в глазах общественности. Интернет способен объединить в себе все ресурсные возможности основных видов средств массовой коммуникации, в частности, посредством создания сайтов телевизионными каналами и печатными изданиями в этой сети. Средства массовой информации приобретают, по справедливому замечанию М. Кастельса, свойства интерактивности и индивидуализации [11. С. 45].

Анализируя коммуникативные аспекты формирования образа власти на разных уровнях, можно отметить, что федеральная власть выступает своеобразным локомотивом, определяющим магистральные векторы развития для всех уровней власти. Региональная власть также развивается и совершенствуется в поиске современных коммуникативных технологий. Напомним, что в течение 2008–2010 гг. в Российской Федерации произошло обновление губернаторского корпуса. К власти во многих регионах страны пришли руководители новой волны – «менеджеры-управленцы». На региональном уровне они стали проводниками начинаний, инициированных Центром. Сегодня российский губернатор практически немислим без личного блога в Интернете, иных политикотехнологических новшеств (твиттер, встречи с активными блогерами, представителями оппозиционных движений, более демократичный формат общения со СМИ и др.). Так, «Национальная служба мониторинга» подготовила медиарейтинг глав субъектов РФ по итогам 2012 г. на основе коэффициента информационной открытости¹. Таким образом, в публичном пространстве регионов ста-

¹ По итогам года в тройку наиболее информационно открытых губернаторов вошли губернатор Ивановской области Михаил Мень, глава Вологодской области Олег Кувшинников и губернатор Магаданской области Николай Дудов. Среднее значение коэффициента информационной открытости глав субъектов РФ в 2012 г. составило 0,4015 пункта. Наилучший средний показатель информоткрытости продемонстрировали губернаторы Уральского ФО (среднее значение – 0,4288), наихудший – главы Сибирского ФО (среднее значение – 0,3849). Рейтинг построен на основе анализа свыше 500 федеральных и 4 000 региональных изданий: ТВ, радио, пресса, информационные агентства и интернет-СМИ. Проанализировано свыше 970 000 информационных сообщений. Период исследования:

ли проявляться признаки делиберативной политики. В то же время использование новейших средств на региональном уровне может носить и формальный характер, о чем свидетельствуют аналитики [12].

Применительно к муниципальной власти отметим, что в связи с ростом информационно-коммуникационных технологий значимость формирования адекватного ее сущности образа также серьезно возрастает. Немаловажную роль в этом процессе начинает играть Интернет.

Ход и результаты исследований

Осознают ли муниципальные руководители необходимость сознательно конструирования собственного образа и образа местной власти в целом? В ходе глубинного интервью с главами администраций муниципальных районов и городов Республики Башкортостан (апрель 2011 г.) выяснилось, что большинство из них видят в новых способах привлечения граждан к интерактивным коммуникациям только раздражающий фактор, мешающий «*заниматься реальными делами*»¹. Для них также характерна недооценка современных коммуникационных технологий, начиная от поверхностного использования возможностей компьютеров в своей работе и заканчивая слабым внедрением новейших технологий коммуникации при диалоге с населением. В результате можно наблюдать низкий уровень информированности граждан о деятельности муниципальной власти. Так, согласно данным проведенных автором в мае – июне 2011 г. двух фокус-групп по восприятию муниципальной власти мало кто из жителей муниципального образования знает, чем занимается, например, «местная Дума», какова ее позиция по основным вопросам².

Рассмотрим, насколько обозначенные требования формирования образа муниципальной власти реализуются на местах. Как соотносятся общественные запросы на информативность деятельности органов местного самоуправления и реакции на эти запросы со стороны муниципальной власти. В 2010–2011 гг. сотрудниками Научно-исследовательского центра Башкирской академии государственной службы и управления при Президенте Республики Башкортостан (далее – НИЦ БАГСУ) был проведен социологический опрос населения Республики Башкортостан по открытости органов государственной и муниципальной власти. В частности, на вопрос «Какую информацию Вы хотели бы получить о деятельности органов государственной и муниципальной власти?» были получены следующие ответы: «*Перечень услуг, которые предоставляют органы государственной и муниципальной власти*» (49,2%); «*Информация о работе с обращениями граждан*» (42,5%); «*Данные*

январь – декабрь 2012 г. Режим доступа: <http://www.bashinform.ru/news/523639/>. Дата обращения: 14.01.2013.

¹ Глубинные интервью были проведены с 8 главами администраций муниципальных районов и городов Республики Башкортостан (18–22 апреля 2011 г.), а также с руководителями структурных подразделений администраций МО РБ на курсах повышения квалификации в Башкирской академии государственной службы и управления при Президенте Республики Башкортостан (май – июнь 2011 г.) в рамках реализации гранта РГНФ №10-03-84-306 а/У «Кадровый потенциал муниципальной службы как важный ресурс развития местного самоуправления».

² Проведено два фокус-групповых исследования (май – июнь 2011 г.) с участием 25 респондентов из городов и районов Республики Башкортостан. По своему составу группа респондентов гендерно и социально гомогенна. В её состав вошли представители трёх наиболее многочисленных этносов региона: русского, башкирского и татарского. Респонденты не являются активными участниками политического процесса и профессионально не занимаются его изучением.

о доходах государственных и муниципальных служащих» (34,7%); «Структура органа власти, его задачи и функции» (33,6%) [13. С. 116].

Что же видит население на интернет-сайтах муниципальных органов власти? Что и каким образом предпринимает муниципальная власть для формирования собственного позитивного образа, в какой мере она соответствует потребностям и интересам местного сообщества?

В январе 2012 г. под руководством автора сотрудники НИЦ БАГСУ осуществили мониторинг содержания и навигации муниципальных сайтов с целью выявления их соответствия на общественные запросы¹. Первым параметром анализа выступил контент сайтов муниципалитетов, т.е. вербальный канал формирования образа власти. В качестве основы для осуществления анализа были взяты критерии информативности сайтов, содержащиеся в ст. 13 ФЗ №8 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления». Сайты муниципалитетов анализировались с точки зрения наполняемости информацией по следующим информативным блокам:

- 1) Общие сведения об органе (адрес, порядок работы и т.п.).
- 2) Нормотворческая деятельность органа.
- 3) Целевые программы, реализуемые органом.
- 4) Работа в условиях чрезвычайных ситуаций.
- 5) Надзорная деятельность органа.
- 6) Тексты официальных выступлений и заявлений руководителей органа.
- 7) Статистическая информация о деятельности органа.
- 8) Кадровое обеспечение органа.
- 9) Работа с обращениями граждан.

В результате были получены следующие выводы: по содержанию информационная составляющая сайтов представлена практически в полном объеме: пользователи могут получить общее представление о структуре, основных направлениях деятельности органов муниципальной власти районов и городов республики. Что же касается потребностей, которые были обозначены как приоритетные – перечень услуг, работа с обращениями граждан, то реализация этих интересов носит формальный характер.

Говоря о вербальных каналах формирования образа через интерес, можно сделать вывод о формальном подходе в подаче материалов. Они размещены практически в полном соответствии с законодательством, носят информативный характер, но о наличии двусторонних коммуникаций, реализации принципа интерактивности говорить не приходится. Только 4 сайта муниципальных образований имеют форумы и предоставляют возможность обратной связи. Также не представлены материалы о проведенных публичных слушаниях; не отражается обсуждение населением социально значимых проектов и проектов, направленных на развитие правотворческой инициативы граждан. Ряд сайтов содержит неполные сведения (47); устаревшие сведения (например, работа с обращениями граждан, кадровый резерв); имеет место неудобная система поиска информации (например, информация по кадровой работе

¹ Мониторинг проводился по сплошной выборке. Анализу подверглись 57 сайтов муниципальных органов РБ (5 сайтов были на реконструкции).

у некоторых муниципалитетов не вынесена в отдельный раздел, её можно найти только через несколько ссылок); встречаются полное отсутствие сведений по одному или нескольким информационным блокам и неактивные ссылки. При этом творческий подход в оформлении и удобство навигации характерны для малого количества сайтов.

Одной из задач проведенного мониторинга сайтов был анализ содержания разделов по работе с обращениями граждан как вызывающих интерес граждан. Выяснилось, что только на 9 официальных сайтах муниципальных образований отражена статистика за 2011 г. Кроме того, в ходе мониторинга выявилось отсутствие аналитики и поясняющих комментариев на наиболее часто запрашиваемые вопросы. Между тем анализ острых проблем, волнующих граждан, с комментариями, рекомендациями юристов и курирующих экспертов мог бы дать необходимый ориентир и облегчить алгоритм решения вопроса. Из 57 сайтов муниципальных районов и городов республики только 8 имеют рубрику «Вопрос – ответ». Таким образом, недооценка руководителями администраций интерактивных коммуникаций приводит на практике к недостаточному развитию обратной связи местной власти с населением.

Средством, повышающим интерес к власти, выступает постоянное информирование населения о действиях власти через новостные сообщения, отвечающие требованиям оперативности, акцентирования и уточнения. Весь поток транслируемой информации можно условно подразделить на два крупных блока: «Власть в потоке» (т.е. постоянно обновляющаяся информация о действиях местной власти) и «Выделение фигуры из фона» (т.е. информирование о деятельности муниципального руководителя как наиболее значимого субъекта в муниципальной структуре).

Как реализуется данное направление? Согласно полученным в ходе анализа результатам наполняемость блока «Власть в потоке» интенсивнее на сайтах городских округов (ГО). Это объясняется размерами муниципального образования, численностью местного сообщества, более развитой инфраструктурой, большей интенсивностью социально-экономической жизни. Блок «Выделение фигуры из фона» характеризуется технологичностью и оперативностью лишь на двух сайтах: ГО г. Уфы, ГО г. Стерлитамака. Здесь можно найти интервью, включая видеозаписи, «горячие линии» с главой администрации. На остальных сайтах муниципалитетов преобладает информация с основных новостных порталов республики в ущерб местным новостям. Из местного контента приоритет отдается новостям развлекательного или событийного характера. Наблюдается явный дефицит информации о решении властью и местным сообществом местных социально-экономических вопросов. Блок «Выделение фигуры из фона», предоставляющий информацию о деятельности муниципальных руководителей, включая главу администрации, за исключением двух названных сайтов, представлен либо формально: перечислением контактов, фотографией руководителя, отчетной информацией; либо на некоторых сайтах вообще сведен к минимуму. На сайтах некоторых муниципальных районов размещается информация о мероприятиях с участием муниципальных руководителей, как правило, это награждения, открытия и отчеты.

Следующий параметр анализа сайтов – наличие визуального ряда, отражающего желаемый образ власти. Возможность, которую предоставляют электронные средства массовой коммуникации, – это размещение визуального ряда, красочность, подвижность картинок, видеоролики, т.е. всё то, что формирует яркость, запоминаемость образа как власти в целом, так и её «фигуры» (основного субъекта) и работает на повышение эмоциональной вовлеченности. Сайты традиционны, здесь, как правило, размещаются фотографии с видами природы, населенных пунктов. Между тем можно было бы размещать фрагменты открытых заседаний, встреч с местными жителями, интервью и др. Оригинальное оформление (использование панорам, альбомов, схем) было отмечено экспертами только на 4 муниципальных сайтах. В то же время относительно недавно на муниципальных сайтах стала появляться «живая информация», т.е. видеоролики с основных мероприятий района/города, что вызывает интерес пользователей. Этот вид коммуникативных технологий необходимо развивать и создавать сюжеты с выступлениями, интервью главы, «лидеров мнения» по основным социально и политически значимым темам.

Особенностью формирования образа муниципальной власти остается сохранение прежних форм взаимодействия власти и граждан (особенно сельских жителей), когда предпочтение основной массой населения отдается личным контактам и бумажной форме общения с органами государственной и муниципальной власти. Наконец, обладание компьютером и доступом к сети Интернет не обязательно влечет за собой просмотр информации, размещенной на сайтах органов государственной и муниципальной власти той частью населения, которая имеет таковые возможности. В этой связи встает задача популяризации сайтов как инструмента коммуникаций.

Все эти особенности, безусловно, вносят коррективы в процесс коммуникации, а также заметно сужают возможности власти в позиционировании своего образа через Интернет. Видимо, этот канал будет востребован в будущем, когда численно доминирующей станет группа населения, предпочитающая сетевое общение, а не «классические средства массовой информации» – телевизор, радио, газету.

Некоторые выводы

Вышесказанное позволяет сделать ряд выводов. Влияние политических коммуникаций в современном мире трудно переоценить. Процессы медиатизации политики являются результатом усложняющейся социальной среды, где граждан, с одной стороны, окружают потоки информации, с другой – динамизм жизни рождает потребность в получении быстрой, упрощенной, легко усвояемой информации. Системность в позиционировании муниципальной власти выступает в качестве одного из важнейших условий, которое предполагает единство деятельности, ориентированной на удовлетворение местных потребностей, развитие муниципального образования, и соответствующей коммуникативной практики, повышающей интерес к власти и обещающей ей поддержку.

При этом процесс формирования образа муниципальной власти носит противоречивый характер. В общественном сознании воспроизводятся противоречия между старыми и новыми политическими и идеологическими цен-

ностями, между представлениями людей о должном и реальном в образе власти. Противоречивой выглядит в современных условиях деятельность политической элиты, где сохраняется разрыв между обозначенными политическими целями и низкой эффективностью их достижения; между объективными требованиями, предъявляемыми к муниципальной власти в условиях политической модернизации и реальным её функционированием при недостаточности экономических, социальных, политических и духовно-идеологических условий и средств.

Исходя из проведенных исследований, можно также заключить, что в процессе позиционирования муниципальной власти в электронных средствах массовой коммуникации преобладает информационная составляющая в ущерб коммуникационной, предполагающей обратную связь, интересность, на основе которой и должен рождаться дискурс современной муниципальной власти.

Еще один вывод заключается в том, что любые серьезные сдвиги в восприятии власти во многом формируются в недрах сознания, т.е. «изнутри наружу». На основе сформированных эмоциональных и когнитивных элементов установок возникает поведенческая компонента, которая и позволяет наблюдать внешние формы поддержки власти. Процесс же формирования образа современной муниципальной власти во многом носит навязанный характер «снаружи внутрь». Сознание как жителей, так и властных субъектов не готово к восприятию муниципальной власти как самостоятельного политического игрока. Оно не просто не готово воспринимать информацию о самостоятельности местной власти, оно не находит подкрепления в деятельностном, экономическом и коммуникационном аспектах.

Все эти сложности, соединяясь и образуя причудливое сочетание образа окружающего, заметно искажают представления власти о населении, о его нуждах и проблемах, а также восприятие населением образа власти. Живя как бы в двух различных реальностях, власть и народ имеют искаженное представление о целях и намерениях друг друга. В конечном счете при формировании своего образа перед местным сообществом муниципальная власть не представляет реальные нужды населения, делая ставку либо на иные не соответствующие интересам населения акценты, либо формально подходя к реализации настоящих, а не мнимых интересов последнего. В свою очередь, население негативно воспринимает навязываемый ему образ власти и исходящие от нее инициативы, даже имеющие инновационный характер, либо просто не понимает истинных целей и намерений местной власти.

Какие рекомендации можно предложить, исходя из проведенного анализа?

Несомненно, в основе формирования адекватного образа муниципальной власти находится деятельность, направленная на решение местных проблем и реализацию потребностей местного сообщества. В механизме позиционирования важную роль играет процесс узнавания. То есть при многократном, последовательно выстроенном потоке информации, использующем разные каналы, возникает так называемый эффект узнавания. Информация, согласованная с прежними установками, ценностями, легче усваивается. Следова-

тельно, приоритет должен отдаваться системности, предполагающей последовательность, непрерывность во времени, учет детерминант восприятия, их постепенное коррекционное развитие.

Решению проблемы также во многом будет способствовать реализация принципа открытости муниципальной власти. Муниципальные руководители, зачастую не понимая смысла данного принципа, отказываются от налаживания эффективных коммуникаций с населением, тем самым минимизируя собственную легитимность. Между тем открытость применительно к власти предполагает наличие постоянно действующих каналов коммуникации с населением.

Популяризируя идею муниципальной власти, следует публиковать на официальных сайтах администраций проекты муниципальных законов, разворачивать публичные дискуссии по местным вопросам, включая публичные слушания; привлекать общественность к значимым социальным проектам; освещать становление и развитие муниципальной власти на позитивных примерах, взятых из жизни городов и поселков всех регионов России, а также информировать о проблемах местного самоуправления. Суть муниципальной политики заключается в том, чтобы связать общественный интерес с интересом каждого человека.

Решение стоящих перед муниципальной властью задач невозможно без информационно-коммуникационной компоненты, которая обращается к сознанию и мировоззренческим установкам граждан, формирует необходимый образ власти. Политическая риторика федеральной и региональной властей представляет собой определённый «посыл» населению, демонстрирующий признание необходимости и значимости развития местной власти. Следовательно, формирование образа современной муниципальной власти – процесс неизбежный, в основе которого должны быть положены системность, технологичность и соответствие современным реалиям развития публичного пространства.

Литература

1. Романович Н.А. Образ власти как отражение российской политической культуры // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2010. № 1. С.169–172.
2. Психология политического восприятия современной России / Под ред. Е.Б. Шестопа. М.: РОССПЭН, 2012.
3. Образы власти в пост-советской России / Под ред. Е. Шестопа. М.: Алетей, 2004.
4. Назарчук А.В. Понятие делиберативной политики в современном политическом процессе // Полис. 2011. №5. С. 99–103.
5. Dewey J. The Public and its Problems. Chicago, 1954.
6. Habermas J. Faktizität und Geltung. Frankfurt a. M., 1998.
7. Соловьев А.И. Латентные структуры управления государством, или Игра теней на лике власти // Полис. 2011. № 5. С. 70–98.
8. Луман Н. Власть. М.: Праксис, 2001.
9. Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения / Пер. с англ. А.А. Петровой. М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2004.
10. Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне. Двенадцать лекций / Пер. с нем. М.: Весь мир, 2008.
11. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: Мысль, 2000.

12. «Неживой» блог: монолог президента Чувашии [Электронный ресурс]. 27.01.2012. Режим доступа: <http://www.regnum.ru/news/fd-volga/chuvashia/1347457.html>
13. Яппарова Р.Р., Галин Р.А., Скрыбина Я.А., Хамитова Л.М. Повышение открытости органов государственной власти и местного самоуправления в Республике Башкортостан: опыт конкретно-социологического исследования // Современные политико-властные процессы в Республике Башкортостан и региональная политика: коллективная монография. Уфа: БАГСУ, 2011. Вып. 1. С. 108–147.