

Секция «Теория и современные проблемы практики государственного и муниципального управления»

Формирование доверия населения к органам власти региона средствами массовой информации

Яук Наталья Валерьевна

Студент (бакалавр)

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, Омск, Россия

E-mail: yauk95@mail.ru

Доверие граждан к государственным органам и проводимой ими политике является важнейшим индикатором легитимности государственной власти [1].

Доверие, рассматриваемое в политическом плане, так называемое политическое доверие, имеет место, когда граждане оценивают власть и ее институты, политику в целом и/или отдельных политических лидеров как субъектов, выполняющих обещания, эффективных, справедливых и честных [2].

Иначе говоря, если власть отзывчива к интересам граждан, соответствует их ценностям и установкам, значит, общество верит в то, что будущая реальность совпадает с их ожиданиями, и власть справедливо распределит ресурсы.

Информация о деятельности органов власти, на основе которой формируется доверие населения к ним, должна быть важной, понятной, целесообразной, необходимой, достоверной и своевременной. От этого зависит, насколько благоприятный образ складывается в сознании людей о той или иной государственной структуре власти.

Одной из основных задач трансляции информации является построение системы коммуникации, обеспечивающей конструктивный диалог [1].

В нынешних условиях, когда формируется демократия и свобода слова, важно наладить конструктивный диалог между властями различных уровней и обществом. Эффективным средством формирования этого диалога являются СМИ, которые оказывают большое влияние на общественную жизнь. СМИ - это инструмент, который помогает повышать уровень прозрачности деятельности органов власти. Важным фактором развития такого диалога является взаимная выгода от сотрудничества: средства массовой информации преследуют цель приоритетного получения информации, имеющей государственную значимость, и дальнейшего транслирования ее в общество, а органы власти, в свою очередь, заинтересованы в освещении своей деятельности оперативно и качественно через основные информационные каналы.

Органы власти должны находить способы налаживать коммуникации с населением, объяснять обществу различные собственные публичные решения, принимать и брать во внимание запросы от различных социальных групп, а также учитывать критику, мнения людей и их предложения. Если деятельность органов власти является закрытой и непонятной для внешней среды, возникает недоверие со стороны общества к политическим решениям.

Любая информация, которой располагают властные органы, должна быть доступна и открыта, поэтому в каждом органе власти имеются пресс-службы, которые выстраивают диалог между властью и обществом посредством средств массовой информации, тем самым формируя доверие граждан ко всем ветвям власти. Главная цель пресс-службы в органах власти - формирование механизмов коммуникации в политической системе общества для того, чтобы широко использовать их в проведении государственной политики. Так, через правительственные пресс-службы СМИ получают информацию о деятельности

правительства и принятых ими решений ежедневно.

Работа пресс-секретарей с журналистским сообществом проходит через различные формы взаимодействия и необходима для установления взаимодействия с разными социальными группами и институтами гражданского общества, а также для формирования определенного имиджа отдельных представителей органов власти и самой власти в целом. Органы власти регулярно проводят круглые столы, брифинги, пресс-конференции на волнующие темы. Проводятся еженедельные встречи, на которых пресс-секретари от каждого органа власти рассказывают журналистам о предстоящих событиях недели, а также обозначается позиция власти по тому или иному вопросу. Для передачи информации какой-либо группе общества необходимо использовать коммуникационные каналы: информационные агентства, массовые и специализированные СМИ, которые могут быть как печатными, так и электронными (Интернет, телевидение, радио).

Обратный процесс происходит, когда органы власти пытаются получить ответную реакцию от общества путем мониторинга и анализа общественного мнения через СМИ. Тем самым, власть может дать оценку своей деятельности, выявить проблемы в обществе для дальнейшей работы.

По данным опроса, проводимого в городе Омске Главным управлением информационной политики Омской области в конце 2015 года, население получает информацию о событиях, происходящих в Омской области, преимущественно, из телевизионных сообщений (76,2%), на втором месте - сеть Интернет (54,6%). Популярность набирает такой источник информации, как социальные сети (16,8%). Это говорит о том, что данный канал взаимодействия с населением становится перспективным, и необходимо разрабатывать пути и критерии формирования доверительных отношений органов власти и населения в этой сфере.

На вопрос «Удовлетворены ли Вы уровнем информирования о деятельности Правительства Омской области и иных органов государственной власти Омской области?» 35% респондентов ответили «Скорее удовлетворен, чем не удовлетворен», 20,4% респондентов полностью удовлетворены. Данные говорят о том, освещение деятельности регионального правительства происходит достаточно полно и открыто.

Таким образом, сегодня невозможно представить органы власти без средств массовой информации, их взаимодействие - это важное звено в политической системе общества. СМИ имеют возможности активно влиять как на восприятие населения отдельных политических событий, так и на отношение общества к политике в целом. Значимым фактором политических процессов становится доверие. Доверяя органам власти без достаточной информированности об их деятельности, люди становятся зависимыми от образа власти, который формируют средства массовой информации.

Источники и литература

- 1) Абжапшарова А.А. Коммуникационный менеджмент и стратегическая коммуникация в государственном управлении // Государственное управление. Электронный вестник. 2015. Выпуск № 52.
- 2) Афанасьев Д.В. Общество и власть: поиск путей формирования взаимного доверия // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2014. № 5.