

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
СТАРООСКОЛЬСКИЙ ФИЛИАЛ
(С О Ф Н И У « Б е л Г У »)

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА

**ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ
МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ И СРЕДСТВ МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ АДМИНИСТРАЦИИ
СТАРООСКОЛЬСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА БЕЛГОРОДСКОЙ
ОБЛАСТИ)**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
38.03.04 Государственное и муниципальное управление
очной формы обучения, группы 92071408
Сидоровой Ксении Николаевны

Научный руководитель
Старший преподаватель
Мочалин А.В.

СТАРЫЙ ОСКОЛ 2018

СОДЕРЖАНИЕ

| | | |
|--|---|----|
| ВВЕДЕНИЕ | | 3 |
| РАЗДЕЛ I. | ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ И СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ | 9 |
| РАЗДЕЛ II. | АНАЛИЗ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ АДМИНИСТРАЦИИ СТАРООСКОЛЬСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА) | 24 |
| РАЗДЕЛ III. | СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ АДМИНИСТРАЦИИ СТАРООСКОЛЬСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ | 36 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | | 46 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ | | 49 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ | | 56 |

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Современное информационное общество можно определить как общество, в котором информация приобретает ведущее значение, и ее влияние на развитие государства и общества становится более эффективным, чем политическое, экономическое и военное. Информационные ресурсы в таком социуме занимают один ряд с природными, трудовыми, финансовыми, составляя основной потенциал страны. Происходит создание специфической информационно-социальной среды, которая нуждается в высокой степени урегулированности законом.

В последние годы в Российской Федерации наблюдается тенденция построения демократических взаимоотношений между институтами власти и гражданским обществом, которая, благодаря усилиям, как общественности, так и представителей власти, приобретает необратимый характер. Немаловажную роль в этом процессе играют пресс-службы органов государственного и муниципального управления Российской Федерации¹.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы обусловлена следующими значимыми обстоятельствами:

– во-первых, осознаваемой как представителями органов государственного и муниципального управления, так и гражданским обществом необходимостью интеграции общественных интересов и консолидации на этой основе усилий общества и представителей управляющих структур для эффективной их деятельности. Пресс-службы органов власти являются основным инструментом мониторинга социальных интересов, на основании которого принимаются взвешенные и эффективные управленческие решения и без которого немыслима общественная интеграция и баланс интересов;

– во-вторых, многоаспектным и сложноорганизованным характером деятельности пресс-служб. Деятельность пресс-службы – это,

¹ Татарина Г.Н. Современная пресс-служба. Омск, 2014. С. 14-16.

прежде всего, управление массовыми политическими коммуникациями, информационными процессами и информационными потоками. Политика и управление немислимы без профессионального и конструктивного информационного взаимодействия с политической аудиторией, объектом управления, а также без эффективного управления таким взаимодействием. Однако взаимодействие со средствами массовой информации – это не только и не столько одностороннее информирование, сколько двусторонняя связь. Она должна строиться на основе доверительных взаимоотношений и представлять собой диалоговую коммуникацию. Раскрытие механизма построения эффективных отношений общества с представителями управляющих структур и роль пресс-служб государственного и муниципального управления в этом процессе является актуальнейшей задачей политических наук;

– в-третьих, необходимостью разработки стратегии противодействия гражданского общества манипулятивному воздействию на него со стороны органов государственного и муниципального управления.

Степень научной разработанности. Специфика отражения в научной литературе рассматриваемой в работе проблематики во многом определяется российской политической историей. Отсутствие в советское время пресс-служб в структуре органов власти как специфического социально-политического института стало причиной того, что до начала 90-х годов прошлого века в отечественной общественной мысли практически не разрабатывались вопросы, связанные с функционированием этих служб и проблемами осуществления PR-деятельности в политическом процессе. В то же время образовавшийся методологический вакуум во многом заполнялся теоретическими и практическими разработками ученых США и Западной Европы.

Среди ведущих зарубежных ученых, исследовавших проблемы влияния средств массовой информации и информационных технологий на общество и

органы власти, можно выделить: Брайант Д., Липпман У., Мартин У.Дж., Тоффлер Э. и др.¹

В Российской Федерации проблему роли СМИ в общественно-политической жизни исследовали: Володина Н.М., Зелинский С.А., Кара-Мурза С.Г., Салемгареева Л.С. и др.²

Вместе с тем, до настоящего времени в отечественной науке в недостаточной степени изучены управленческие механизмы взаимодействия СМИ и органов муниципальной власти, в том числе, в сфере реализации информационной политики органами местного самоуправления, что требует дальнейших теоретических и практических исследований.

В качестве *проблемы исследования* выступает противоречие между необходимостью совершенствования системы взаимодействия органов муниципальной власти со средствами массовой информации и сложностью практической реализации предложенных мероприятий в деятельности органов местного самоуправления.

В качестве основной *гипотезы исследования* выступает предположение о том, что основные проблемы совершенствования системы взаимодействия органов местного самоуправления со средствами массовой информации связаны с отсутствием системы эффективных механизмов и средств их практической реализации, что обусловлено несовершенством организационно-структурной, нормативно-правовой и иных направлений деятельности соответствующих органов муниципальной власти.

Объектом исследования является – Пресс-служба администрации Старооскольского городского округа.

¹ Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М., 2014; Липпман У. Общественное мнение. М., 2016; Мартин У.Дж. Информационное общество. М., 2015; Тоффлер Э. Шок будущего. М., 2014.

² Володина, Н.М. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание. М., 2017; Зеленский С.А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. СПб., 2018; Кара-Мурза, С.Г. Манипулирование сознанием. М., 2015; Салемгареева Л.С. СМИ и общественное сознание: влияние, проблемы, технологии манипулирования. М., 2014.

Предметом исследования является – система взаимодействия пресс-службы администрации Старооскольского городского округа со средствами массовой информации.

Цель исследования состоит в анализе особенностей взаимодействия пресс-службы администрации Старооскольского городского округа со средствами массовой информации и определении основных путей оптимизации и повышения эффективности в данной сфере деятельности.

Реализация поставленной цели предусматривает решение следующих *задач исследования*:

1) изучить терминологические и методологические основы реализации информационной политики органов государственной и муниципальной власти, в том числе, в сфере взаимодействия со СМИ;

2) охарактеризовать нормативно-правовую базу информационной деятельности органов власти на федеральном, региональном и муниципальном уровнях;

3) выявить сущность, специфику, а также управленческие аспекты деятельности пресс-служб муниципальных органов власти;

4) проанализировать деятельность пресс-служб муниципальной власти и систему их взаимодействия со СМИ (на примере Пресс-службы администрации Старооскольского городского округа);

5) сформулировать основные пути и направления оптимизации функционирования пресс-служб муниципальных органов власти (на примере администрации Старооскольского городского округа).

Теоретико-методологическая основа. В последние годы проблеме взаимодействия органов местного самоуправления со средствами массовой информации уделяется все больше внимания. В этом направлении ведут исследования такие ученые, как М.И. Алексеева, В.В. Ворошилов, А.И.

Гнетнев, С.Д. Резник и другие¹. В их работах поднимаются проблемы сущности управленческой деятельности и менеджмента, его функций, специфики управления в условиях модернизации взаимодействия органов местного самоуправления со средствами массовой информации.

Среди *методов исследования* в работе применялись методы статистического и ситуационного анализа, сравнительный анализ официальных материалов, документов опроса, наблюдения и иные.

Эмпирическая база исследования. Для осуществления комплексного исследования использовались следующие источники:

- положения Конституции РФ, законы РФ и субъектов, нормативно-правовые акты Президента, Правительства РФ и министерств, касающиеся вопросов функционирования системы информационно-аналитического сопровождения деятельности органов власти и работы пресс-служб;
- нормативно-правовые и локальные документы администрации Старооскольского городского округа по вопросам функционирования пресс-службы и взаимодействия со средствами массовой информации;
- первичные и вторичные материалы работы пресс-службы администрации Старооскольского городского округа (отчеты, анализы результатов деятельности по интересующим проблемам).

Научно-практическое значение. Работа имеет важное значение в практике исследований особенностей управления данной сферы деятельности органов муниципальной власти. Результаты исследования и предложенные рекомендации могут быть использованы в практике работы пресс-служб органов местного самоуправления.

Структура выпускной квалификационной работы обусловлена целью, задачами, внутренней логикой исследуемой проблемы. Она состоит из введения, трех разделов, заключения и списка источников и литературы.

¹ Алексеева М.И., Болотова Л.Д. Средства массовой информации России. М., 2015; Ворошилов В.В. Журналистика. М., 2016.

Во введении обосновывается актуальность избранной темы, раскрывается степень ее научной разработанности, определяются цели и задачи исследования, характеризуются методологические основы анализа проблемы, а также теоретические источники.

В первом разделе «Теоретические и нормативно-правовые основы взаимодействия органов местного самоуправления и средств массовой информации» дается определение понятию средства массовой информации, а также рассматривается сущность, содержание и специфика деятельности пресс-служб органов местного самоуправления. Отдельно рассматривается нормативно-правовая основа деятельности пресс-служб, в том числе, и в сфере их взаимодействия со средствами массовой информации.

Во втором разделе «Анализ взаимодействия органов местного самоуправления со средствами массовой информации (на примере администрации Старооскольского городского округа)» проведен анализ системы деятельности пресс-службы по реализации информационной политики, в том числе, определены проблемные поля во взаимодействии пресс-службы и средств массовой информации.

В третьем разделе «Совершенствование системы взаимодействия администрации Старооскольского городского округа со средствами массовой информации» предложен комплекс мероприятий по совершенствованию системы работы пресс-службы со средствами массовой информации.

В заключении подведены итоги в соответствии с целями и задачами, поставленными в начале работы, сделаны обобщающие выводы по результатам исследования. Список литературы включает в себя перечень нормативно-правовых актов, научной литературы и других источников, использованных в процессе подготовки работы. В приложении представлены материалы, дополняющие и уточняющие содержание работы.

РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ И СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Начиная с доисторических времен, человечество было заинтересовано в процессе коммуникации. Кроме того, человек стал сам выступать как средство коммуникации. Однако появление прессы более или менее приближенной к нашему современному восприятию принято датировать V в. до н. э.. Именно тогда в 60 году до н. э. в Риме выходили первые газеты, которые стали напоминать современные.

В Европе пресса распространялась в качестве так называемых «летучих листков». В средние века их можно было назвать информационно-прикладными. Толчком в развитии прессы стало изобретение процесса печати с помощью подвижных литер. Данная технология была открыта в 1440 г. И. Гуттенбергом. Будучи социальным институтом пресса с момента своего зарождения влияла на умы людей. Родиной прессы как социального института многие ученые называют Западную Европу. (Рисунок 1.1.).



Рисунок 1.1. Исторически сложившиеся типы журналистики

С появлением печатной журналистики возникли первые жанры. К ним можно отнести: информацию-хронику, репортаж, памфлеты. Впоследствии появилось множество других газетно-журнальных жанров.

В XIX в. журналистика стала важнейшей частью общественно-политической жизни и хозяйствования. Она превратилась в орудие политической борьбы – 80% прессы носили ярко выраженный политический и общественно-политический характер. Произошло классическое разделение прессы на качественную (элитарную) и популярную (массовую). В какой момент СМИ перестали нести просто информацию и превратились в машину, придумывающую и раздувающую информационные поводы с целью прямого и косвенного воздействия на людей. Однако сейчас во втором десятилетии XXI века под влиянием глобализации, СМИ работают не для людей, а для потребителей.

В соответствии со ст. 2 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»:

– под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием);

– под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год;

– под радио-, теле-, видео-, кинохроникальной программой понимается совокупность периодических аудио-, аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год;

– под специализированным средством массовой информации понимается такое средство массовой информации, для регистрации или распространения продукции которого установлены специальные правила.¹

Средства массовой информации (далее – СМИ) – это учреждения, которые созданы для публичной трансляции в общество или локальные его группы, различных сведений посредством тех или иных технологических каналов. Технологические каналы принято подразделять на оффлайновые (именуемые также "традиционными") и онлайнные. К первым относятся печатные газеты и журналы, радио, телевидение. Ко вторым – их аналоги, которые функционируют в Интернете в виде статей на веб-страницах, ТВ- и радиотрансляций в режиме онлайн, а также видео- и аудиороликов, выкладываемых как запись и иных способов представления контента при помощи цифровых технологий (флеш-презентаций, HTML5-скриптов и т. д.).

Существуют следующие виды средств массовой информации:

– Периодическое печатное издание – издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год, т.е. своего рода материальный носитель с зафиксированной на нём информацией с определенными реквизитами. К периодическим печатным изданиям относятся:

1) газета – периодическое газетное издание, выходящее через краткие промежутки времени, содержащее официальные материалы, оперативную информацию и статьи по актуальным общественно-политическим, научным, производственным и другим вопросам, а также литературные произведения и рекламу;

2) журнал – периодическое журнальное издание, содержащее статьи или рефераты по различным общественно-политическим, научным, производственным и другим вопросам, литературно-художественные

¹ О средствах массовой информации : федер. закон от 27 декабря 1991 г. № 2121-1 // Российская газета. – 1992. – 8 февраля.

произведения, имеющее постоянную рубрикацию, официально утвержденное в качестве данного вида издания;

3) альманах – сборник, содержащий литературно-художественные и научно-популярные произведения, объединенные по определенному признаку;

4) бюллетень – периодическое или продолжающееся издание, выпускаемое оперативно, содержащее краткие официальные материалы по вопросам, входящим в круг ведения выпускающей его организации.

– Телепрограмма, представляет собой совокупность периодических аудиовизуальных сообщений и передач, имеющих постоянное название и выходящих в телеэфир не реже одного раза в год. Как и радиопрограмма, телепрограмма существует в виде физического электромагнитного поля, отображающего аудиовизуальное сообщение в форме сигналов определенного частотного спектра;

– Видео- и кинохроникальные программы – совокупность периодических аудиовизуальных сообщений и материалов, имеющих постоянное название и выходящих в свет не реже одного раза в год. Видео и кинохроникальные программы существуют в виде киноплёнок, видеокассет (иных материальных носителей), на которых по определенной технологии зафиксированы видео- и звуковые сигналы;

– Радиопрограмма. Совокупность периодических аудиосообщений и передач, имеющих постоянное название и выходящих в радиоэфир не реже одного раза в год. Радиопрограмма также является своеобразным материальным носителем, существующим в виде физического электромагнитного поля, отображающего то либо иное аудиосообщение в форме сигналов определенного частотного спектра.

– Сайты. Современное законодательство не обязывает регистрировать сайты как СМИ. Однако, это позволительно. Коллективы,

зарегистрировавшие свои сайты как СМИ, приобретают те же права, что и коллективы других СМИ.

– Информационное агентство. Функция информационных агентств ориентирована на сбор информации (новостей), и передача этой информации для распространения редакциям СМИ, описанным выше. Информационные агентства, зарегистрированные как СМИ в установленном порядке приобретают все соответствующие права¹.

Современные средства массовой информации отличаются полифункциональностью, причем в различных сферах общества. Данный аспект не мог не вызвать интереса в научной среде. Так, Е.П. Прохоров выделял следующие шесть функций журналистики:

- коммуникативная функция общения, налаживания контакта;
- непосредственно-организаторская функция, в которой наиболее наглядно проявляется роль журналистики как «четвертой власти» в обществе;
- идеологическая функция;
- культурно-образовательная функция – участие СМИ в пропаганде и распространении в жизни общества культурных ценностей, способствуя всестороннему развитию человека;
- рекламно-справочная функция напрямую связана с удовлетворением утилитарных запросов в связи с миром увлечений разных слоев аудитории;
- рекреативная функция СМИ направлена на развлечение масс, снятие напряжения и отдых.

С.Г. Корконосенко выделяет 4 сферы, где СМИ выполняют разные функции: экономическую, политическую, духовно-идеологическую и социальную. В экономической области социальная функция СМИ превращается в элемент системы производства и приобретает качества товара. В духовной сфере средства массовой информации выполняют

¹ Солганик Г.Я. Язык СМИ и политика. М., 2015. С. 236.

познавательную, образовательную, воспитательную функции, свойственные всем идеологическим институтам. Общество играет роль генерального субъекта по отношению к современной журналистике. Отсюда и функции интеграции, познания, которые характерны для современных СМИ. Личность в обществе также определяет отдельные функции СМИ, такие как функции ориентации, морально – психологического удовлетворения. Рассмотрев различные научные трактовки и подходы, выделим основные ведущие функции современных СМИ, представленные на рисунке 1.2.



Рисунок 1.2. Современный подход к классификации функций СМИ

Основными принципами деятельности средств массовой информации в современном обществе являются:

1. Принципы деятельности, присущие любому юридическому лицу:
 - Законность. Информация не должна противоречить требованиям федерального и регионального законодательства;
 - Уважение прав и свобод человека. Средства массовой информации обеспечивают соблюдение прав и свобод человека, гарантированных Конституцией Российской Федерации и иными правовыми актами;
 - Равенство. Средства массовой информации исходят из равенства прав всех физических лиц, государственных органов, политических партий,

других общественных объединений, иных юридических лиц на распространение и получение массовой информации.

2. Принципы деятельности, особенные, свойственные именно СМИ:

– Достоверность информации. Средства массовой информации должны распространять информацию, соответствующую действительности;

– Многообразие (плюрализм) мнений. Средства массовой информации обеспечивают свободное выражение и распространение различных мнений и взглядов в обществе;

– Приоритетность, важность темы. В соответствии с этим принципом наиболее часто сообщения СМИ касаются таких, например, проблем, как угроза миру и безопасности граждан, терроризм, экологические и иные катастрофы и т.п.;

– Высокий общественный статус. Чем выше статус источника информации, тем выше рейтинг передачи, поскольку предполагается, что их популярность при прочих равных условиях прямо пропорциональна общественному положению людей, сообщающих сведения. В силу действия этого правила наиболее легкий доступ к СМИ имеют лица, занимающие высшие места в политической, военной, церковной или других иерархиях: президенты, военачальники, министры и т.д. Им посвящаются первые страницы газет и главные радио- и телепередачи;

– Соблюдение норм профессиональной этики и общепринятых норм морали. Журналисты средств массовой информации в своей деятельности должны неукоснительно соблюдать нормы профессиональной этики и общепринятые нормы морали и иные.

Представленные выше принципы указывают на тесную связь средств массовой информации с политической, общественной деятельностью, так как реализация ряда принципов непосредственно связана с данным направлением деятельности СМИ.

Рассмотрим теоретические и нормативно-правовые основы системы взаимоотношения и взаимодействия средств массовой информации и органов государственной власти. В научной и иной литературе за СМИ прочно закрепилось понятие – «четвертая ветвь власти».

Роль СМИ в политике проявляется, прежде всего, в их функциях:

1. Информационная функция. Удовлетворение потребности населения в информировании о событиях через газеты, радио, телевидение.

2. Образовательная функция. Предоставление населению таких сведений (о политической жизни в России и иностранных государствах, о мировых ценностях, конфликтах и т.д.), которые позволяют ему ориентироваться в сфере политики, понимать суть происходящих процессов, оценивать те или иные события.

3. Идеологическая (социально-ориентирующая). Оказание влияния на мировоззренческие основы и ценностные ориентации общества, на самосознание людей, их идеалы и стремления, включая мотивацию поведения.

4. Рекламно-справочная. Удовлетворение утилитарных запросов в связи с различными увлечениями разных слоев общества (сад, огород, туризм, коллекционирование и т.д.).

5. Контрольная функция. Информирова население о злоупотреблениях власти, осуществляют контроль за ней, предотвращая, возможно, ещё большие злоупотребления. Реализация этой функции возможна при существовании независимых СМИ, т. е. неподконтрольных государству.

6. Мобилизационная функция. Мобилизация граждан на единые действия, поскольку гражданин информируется о том, что его интересы и потребности разделяются и другими людьми и что существует возможность объединиться с целью их достижения.

Основными направлениями деятельности СМИ являются:

1) удовлетворение информационных интересов общества;

- 2) обеспечение гласности;
- 3) изучение и формирование общественного мнения;
- 4) организация обсуждения, дискуссий по важным проблемам жизни общества;
- 5) поддержка или критика программ и деятельности государства, партий, общественных организаций и движений, отдельных лидеров;
- 6) воспитание политической культуры, морали и др. качеств у граждан.

Тесная взаимосвязь между средствами массовой информации и властными органами проявляется в форме государственной информационной политике.

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.¹

Так, СМИ дают положительную или отрицательную информацию о деятельности политических институтов (партий, органов власти), формируют имидж органа власти или политика в обществе. Поэтому, каждая политическая партия стремится иметь собственные информационные ресурсы: официальный сайт, печатный источник и т.п., посредством которых транслируют в общество свою информацию и рекламируют себя. (Приложение А).

¹ Попова В.Д. Информационная политика. М., 2014. С. 38.

Также и органы государственной власти в рамках информационной политики создают собственные информационные ресурсы. Среди таковых можно назвать: Российская газета, Парламентская газета и т.п., а также официальные сайты Президента, Федерального Собрания РФ, Правительства России, а также органов субъектов РФ. (Приложение Б)

Нормативно-правовая база функционирования СМИ в России в настоящее время создает благоприятные условия для их активного и социально полезного взаимодействия с внешней средой.

Важнейшим правовым актом России в сфере свободы слова и массовой информации является Конституция России. Статья 29 Конституции РФ гласит: «Каждому гарантируется свобода мысли и слова... Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается».¹

Средствам массовой информации законодательно предоставлены многочисленные права и гарантии, необходимые для организации производственной жизни редакций, прежде всего в части доступа к информации, выражения авторского мнения и обеспечения практической, деловой эффективности прессы.

Основополагающим законом в сфере средства массовой информации, регулирующим правоотношения в данной сфере и закрепляющим права и обязанности субъектов является Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-I (ред. от 24.04.2018) «О средствах массовой информации».²

Так, статья 3 данного закона устанавливает: «Цензура массовой информации, то есть требование от редакции средства массовой информации со стороны должностных лиц, государственных органов, организаций, учреждений или общественных объединений предварительно согласовывать сообщения и материалы (кроме случаев, когда должностное лицо является автором или интервьюируемым), а равно наложение запрета на

¹ Конституция Российской Федерации от 25 декабря 1993 года, с изменениями от 30 декабря 2008 года // Российская газета. – 2009. – № 6 (4831).-21 января.

² О средствах массовой информации : федер. закон от 27 декабря 1991 г. № 2121-I // Российская газета. – 1992. – 8 февраля.

распространение сообщений и материалов, их отдельных частей, – не допускается».

Федеральный закон регулирует порядок регистрации и деятельности СМИ, закрепляет систему их взаимоотношений с внешними субъектами, определяет их правовой статус, права и обязанности журналистов. Отдельно рассматривается система взаимодействия СМИ и органов государственной власти, в рамках которой функционирует государственная информационная система.

Среди иных значимых правовых актов, регулирующих сферу деятельности СМИ, являются:

1. ФЗ «О государственной тайне» от 21 июля 1993 г. (ред. от 26.07.2017 № 193-ФЗ);¹

2. ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006 г. (ред. от 13.06.2018 №482-ФЗ);²

3. ФЗ «О рекламе» от 13 марта 2006 г. (ред. от 03.06.2018 № 61-ФЗ);³

4. Постановление Правительства РФ «О мерах по совершенствованию взаимодействия Правительства РФ со СМИ» от 3 мая 1995 г. № 448-ФЗ.⁴

Среди международных правовых актов, действующих в Российской Федерации, следует выделить:

1. Конвенция «О статусе корреспондента, представляющего средство массовой информации государства – участника Содружества Независимых Государств в других государствах Содружества» от 16 апреля 2004 года;⁵

¹ О государственной тайне: федер. закон от 21 июля 1993 г. № 5485-1 // Российская газета. – 1993. – 21 сентября.

² Об информации, информационных технологиях и о защите информации: федер. закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ // Российская газета. – 2006. – 31 июля.

³ О рекламе: федер. закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ // Российская газета. – 2006. – 15 марта.

⁴ Об утверждении Мер по совершенствованию взаимодействия Правительства РФ со СМИ: Постановление Правительства РФ от 3 мая 1995 г. N 448 // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1995. – № 20. – Ст. 1803.

⁵ Конвенция о статусе корреспондента, представляющего средство массовой информации государства - участника СНГ в других государствах Содружества: принята СНГ 16 апреля 2004 г.: // Собр. Законодательства РФ– 2004. – № 17. – Ст. 1662

2. Декларации «О средствах массовой информации и правах человека» от 23 января 1970 года;¹

3. Декларация «Об основных принципах, касающихся вклада средств массовой информации в укрепление мира и международного взаимопонимания, в развитие прав человека и в борьбу против расизма и апартеида и подстрекательства к войне» от 8 ноября 1978 года;²

4. Парламентская ассамблея Совета Европы «О роли национального вещания и управления им» от 23 января 1975 года.³

Дадим характеристику государственным органам власти, наделенными государственными полномочиями в сфере управления средствами массовой информации на федеральном и региональном уровнях.

Ведущим органом федеральной власти, регулирующим систему отношений со СМИ, является *Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации* (Минкомсвязи).

Глава ведомства – министр Носков Константин Юрьевич.

Минкомсвязи осуществляет свою деятельность по регулированию отношения в следующих сферах:

– сфере информационных технологий (включая использование информационных технологий при формировании государственных информационных ресурсов и обеспечение доступа к ним);

– сфере электросвязи (включая использование и конверсию радиочастотного спектра) и почтовой связи;

¹ Декларации о средствах массовой информации и правах человека: принята Парламентской Ассамблеей Совета Европы 23 января 1970 г.: вступила в силу для Рос. Федерации 23 января 1970 г. // Собр. актов Президента и Правительства Рос. Федерации – 1993. – № 15. – Ст. 1338

² Декларация об основных принципах, касающихся вклада средств массовой информации в укрепление мира и международного взаимопонимания, в развитие прав человека и в борьбу против расизма и апартеида и подстрекательства к войне: принята Генеральной Конференцией Юнеско 28 ноября 1978 г.

³ Парламентская ассамблея Совета Европы о роли национального вещания и управления им: принята Парламентской Ассамблеей Совета Европы 23 января 1975 г.: вступила в силу для Рос. Федерации 23 января 1975 г.

- сфере массовых коммуникаций и СМИ, в том числе электронных (включая развитие сети Интернет, систем телевизионного (в том числе цифрового) вещания и радиовещания и новых технологий в этих областях);
- сфере печати, издательской и полиграфической деятельности;
- сфере обработки персональных данных.

В каждом государственном органе созданы собственные пресс-службы, реализующие информационную политику. Так, в структуре Администрации Президента России функционирует *Управление пресс-службы и информации Президента* (начальник Управления – А.М. Цыбулин).

Основными задачами Управления являются: предоставление СМИ сведений о деятельности Президента, об издаваемых им актах, о заявлениях, выступлениях, встречах главы государства и других мероприятиях с его участием; оперативное информирование Президента о позиции СМИ в отношении деятельности главы государства, об откликах на неё в средствах массовой информации; организация информационного обеспечения государственных, официальных и иных визитов, официальных встреч, бесед, переговоров, рабочих поездок Президента, а также других мероприятий с участием главы государства в Российской Федерации и за рубежом; организация и обеспечение взаимодействия Президента со средствами массовой информации; освещение деятельности Президента в сети Интернет.¹

Аналогичные информационные структуры созданы и на региональном уровне. Так, при Губернаторе и Правительстве Белгородской области действует Пресс-служба (руководитель пресс-службы – Ткачев Д.С.), которая осуществляет информационную политику и взаимодействие со СМИ.²

Основными формами и способами работы пресс-служб с внешними СМИ являются: информирование о важнейших событиях или анонсы

¹ Официальный сайт Президента РФ. URL: <http://kremlin.ru/> (дата обращения 11.04.2018)

² Официальный сайт Губернатора и Правительства Белгородской области. URL: <https://www.belregion.ru> (дата обращения 11.04.2018)

планируемых мероприятий; брифинги, интервью и встречи с руководителями органов власти и структурных подразделений; проведение конференций и заседаний круглых столов по обсуждению актуальных проблем деятельности; освещение СМИ регулярной работы органов власти и т.п.

В целом, в настоящее время можно констатировать формирование в органах государственной и муниципальной власти действенной системы работы пресс-служб со СМИ в области информационной политики.

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ I:

1. В соответствии с законодательством РФ средства массовой информации – это пресса, массовые справочники, радио, телевидение, кино- и звукозапись, видеозапись. В последние десятилетия средства коммуникации претерпевают существенные изменения вследствие распространения спутниковой связи, кабельного радио и телевидения, электронных текстовых коммуникационных систем (видео-, экранных и кабельных текстов), а также индивидуальных средств накопления и печатания информации.

2. В современном обществе средства массовой информации реализуют следующие важнейшие социальные функции: просветительская, мировоззренческая, идеологическая, пропагандистская, агитационная, образовательная, воспитательная, рекреационная.

3. В Российской Федерации функционирует система нормативно-правовых актов, регулирующая деятельность СМИ и ее взаимоотношения с государством и обществом. Основным законом, регулирующим работу средств массовой информации, является Федеральный закон «О средствах массовой информации».

4. Одним из важнейших направлений деятельности органов государственной и муниципальной власти является информационная политика, сущность которой связана с выстраиванием комплекса

взаимоотношений со СМИ, направленным на информирование общества о деятельности государства и формированием его позитивного имиджа.

5. Реализация информационной политики органов государственной и муниципальной власти и их взаимодействие со СМИ осуществляется в рамках деятельности информационных служб (пресс-служб, пресс-центров и т.п.) органов власти. Основными функциями работы государственных и муниципальных информационных служб являются: информационная, мобилизационная, имиджевая, коммуникационная, правового просвещения и иные.

РАЗДЕЛ II. АНАЛИЗ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ АДМИНИСТРАЦИИ СТАРООСКОЛЬСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА)

В системе взаимодействия органов муниципального управления с внешними субъектами (гражданами, общественными объединениями и организациями, предприятиями и учреждениями и т.д.) немаловажное значение приобретает работа Пресс-службы. Большая роль в эффективности работы администрации, формировании ее имиджа на региональном и муниципальном уровне уделяется взаимодействию Пресс-службы со средствами массовой информации¹.

Пресс-служба является связующим звеном, обеспечивающим обмен информацией между обществом и организацией, на базе которой создана данная пресс-служба. Работу пресс-службы организации можно условно поделить на две сферы: внутренняя и внешняя. Внутренней сферой является сама организация (например: региональная областная организация). Внешней сферой является все то, что окружает организацию².

В соответствии с Уставом Старооскольского городского округа органы местного самоуправления, в том числе, обладают следующими полномочиями:

- принятие Устава городского округа и внесение в него изменений и дополнений, издание муниципальных правовых актов;
- установление официальных символов городского округа;
- организационное и материально-техническое обеспечение подготовки и проведения муниципальных выборов, местного референдума, голосования по вопросам изменения границ и преобразования городского округа;

¹ Гнетнев А.И. Современная пресс-служба. Ростов н/Д., 2014. С. 218.

² Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации. СПб., 2016. С. 431.

- организация сбора статистических показателей, характеризующих состояние экономики и социальной сферы городского округа, и предоставление указанных данных органам государственной власти в порядке, установленном Правительством Российской Федерации;

- учреждение печатного средства массовой информации для опубликования муниципальных правовых актов, обсуждения проектов муниципальных правовых актов по вопросам местного значения, доведения до сведения жителей городского округа официальной информации о социально-экономическом и культурном развитии городского округа, о развитии его общественной инфраструктуры и иной официальной информации.

В целях решения вопросов местного значения администрация городского округа под руководством главы администрации городского округа обладает, в том числе, следующими полномочиями:

- учреждение в соответствии с законодательством средств массовой информации;

- информирование населения об экологической обстановке, принятие в случае стихийных бедствий и аварий мер по обеспечению безопасности населения; сообщение в соответствующие органы о действиях предприятий, учреждений, организаций, представляющих угрозу окружающей среде, нарушающих законодательство о природопользовании;

- информирование населения о принимаемых и принятых решениях в сфере градостроительства, организация и проведение референдумов по вопросам в сфере градостроительства;

- выдача в установленном порядке разрешений на установку рекламных конструкций на территории городского округа, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно установленных вновь рекламных конструкций на территории городского

округа, осуществляемые в соответствии с Федеральным законом «О рекламе».¹

Эффективное исполнение данных полномочий невозможно без осуществления информационной политики и без разработки системы взаимодействия со СМИ.

В рамках дальнейшего исследования дадим характеристику организационной структуре администрации Старооскольского городского округа. В структуру администрации городского округа входят отраслевые (функциональные) и территориальные органы администрации городского округа – аппарат администрации городского округа, департаменты администрации городского округа, управления администрации городского округа, которые могут наделяться правами юридического лица.

Департаменты администрации городского округа образуются в целях осуществления управления в установленной сфере деятельности, а также для координации деятельности в этой сфере иных органов администрации городского округа. Управления администрации городского округа образуются для осуществления регулирования определенной области деятельности.

Структуру органов местного самоуправления городского округа составляют:

- представительный орган Старооскольского городского округа – Совет депутатов Старооскольского городского округа Белгородской области (далее – Совет депутатов городского округа);
- глава Старооскольского городского округа – Председатель Совета депутатов городского округа (далее – Председатель Совета депутатов городского округа);

¹ Устав Старооскольского городского округа Белгородской области : принят решением Совета депутатов Старооскольского городского округа от 21 февраля 2008 г. № 24. URL: <http://oskolregion.ru/> (дата обращения 13.03.2018)

– исполнительно-распорядительный орган Старооскольского городского округа – администрация Старооскольского городского округа Белгородской области (далее – администрация городского округа).

– контрольно-счетный орган Старооскольского городского округа – Контрольно-счетная палата Старооскольского городского округа Белгородской области (далее – Контрольно-счетная палата городского округа). (Приложение В).

В Старооскольском городском округе вопросами по взаимодействию со СМИ и общественностью занимается *Информационно-аналитический отдел (пресс-служба)* администрации Старооскольского городского округа.

Пресс-служба образована для информационного обеспечения деятельности главы администрации Старооскольского городского округа в сфере решения задач социально-экономического развития Старооскольского городского округа, анализа и прогнозирования общественно-политической ситуации, мониторинга средств массовой информации, а также взаимодействия со средствами массовой информации, соответствующими структурными подразделениями органов исполнительной власти Белгородской области¹.

Свою деятельность пресс-служба осуществляет на основании Положения о Пресс-службе. (Приложение Г).

Основными *задачами отдела* являются:

1. Информационно-аналитическое обеспечение деятельности главы администрации городского округа, мониторинг информационного пространства, изучение, анализ и прогнозирование развития социально-политической ситуации в городском округе, укрепление связей со средствами массовой информации, реализация информационной политики главы администрации городского округа.

¹ Положение о пресс-службе главы администрации информационно-аналитическом отделе департамента по организационно аналитической и кадровой работе (аппарата) администрации Старооскольского городского округа (утверждено распоряжением главы администрации Старооскольского городского округа от 2012 г.)

2. Информационное и аналитическое обеспечение подготовки и принятия управленческих решений главы администрации городского округа и его заместителей.

3. Предоставление средствам массовой информации сведений о деятельности главы администрации городского округа, об издаваемых им актах, о заявлениях, выступлениях, встречах главы администрации городского округа и других мероприятиях с его участием, а также с участием его заместителей.

4. Оперативное информирование главы администрации городского округа о позиции политических партий, общественных объединений, религиозных организаций и средств массовой информации по поводу решений и выступлений главы администрации городского округа, об откликах на них в средствах массовой информации.

Функционал работников пресс-службы распределен в соответствии с должностными инструкциями.

Так, в должностные обязанности начальника пресс-службы, в том числе, входит:

– планировать и организовывать работу специалистов отдела по:

а) реализации политики Старооскольского городского округа в области связей с общественностью, политическими и религиозными организациями, средствами массовой информации;

б) предоставлению средствам массовой информации сведений о деятельности главы администрации Старооскольского городского округа, об издаваемых им актах, заявлениях, выступлениях, встречах и других мероприятиях.

– Организовывать подготовку и распространение в средствах массовой информации материалов о деятельности администрации Старооскольского городского округа и ее структурных подразделений в виде сообщений, статей и других материалов.

– Осуществлять оперативное информирование главы администрации Старооскольского городского округа о позиции средств массовой информации, политических партий и общественных организаций по поводу решений и выступлений главы администрации Старооскольского городского округа и руководителей структурных подразделений администрации Старооскольского городского округа.

– Участвовать в подготовке и проведении пресс-конференций, других мероприятий и акций информационного характера, проводимых с участием представителей средств массовой информации и общественности, обеспечивать их комплексное информационное и организационное сопровождение.

– Готовить пресс-релизы и другие информационные материалы для представителей средств массовой информации.

– Осуществлять взаимодействие с пресс-службами предприятий и организаций, действующих на территории Старооскольского городского округа.

– Осуществлять контроль за регулярным обновлением официального Интернет-сайта органов местного самоуправления Старооскольского городского округа.

– Формировать базу данных средств массовой информации Старооскольского городского округа.

– Проводить мониторинг электронных и печатных средств массовой информации.

– Готовить информационно-аналитические материалы по вопросам деятельности Отдела.

– Обобщать материалы мониторинга средств массовой информации, информировать о них заместителя главы администрации городского округа –

руководителя аппарата администрации и главу администрации Старооскольского городского округа.¹ (Приложение Д).

В должностные обязанности главного специалиста входит:

– Участвовать в мониторинге печатных, электронных СМИ и Интернет-пространства. Готовить рекомендации по критическим материалам.

– Готовить материалы к проведению социологических исследований, а также аналитический и обзорный материал по результатам проведенных исследований.

– Участвовать в работе проводимых в администрации Старооскольского городского округа совещаний, заседаний и по необходимости освещать их в средствах массовой информации;

– Регулярно вести работу по освещению в средствах массовой информации деятельности администрации городского округа;

– Организовывать пресс-конференции, брифинги, встречи руководителей администрации Старооскольского городского округа с представителями средств массовой информации.

– Обеспечивать функционирование официального Интернет-сайта органов местного самоуправления Старооскольского городского округа;

– Информировать представителей средств массовой информации о мероприятиях, проводимых администрацией Старооскольского городского округа, в случае необходимости их освещения в СМИ.² (Приложение Е).

Таким образом, перечень задач пресс-службы и закрепление

¹ Должностная инструкция руководителя Пресс-службы главы администрации - начальника информационно-аналитического отдела департамента по организационно-аналитической и кадровой работе (аппарата) администрации Старооскольского городского округа. (утв. решением Совета депутатов Старооскольского городского округа Белгородской области от 23 февраля 2010 г. № 75).

² Должностная инструкция главного специалиста Пресс-службы главы администрации-информационно-аналитического отдела департамента по организационно-аналитической и кадровой работе администрации Старооскольского городского округа. (утв. решением Совета депутатов Старооскольского городского округа Белгородской области от 15 апреля 2010 г. № 86).

должностных обязанностей за работниками свидетельствует о большом объеме полномочий, что опосредует необходимость выстраивания эффективной системы управления штатными сотрудниками.

Структура пресс-службы строится по линейному принципу, при котором работники непосредственно подчиняются руководителю и несут перед ним персональную ответственность. К сожалению, штатная численность пресс-центра не позволяет работникам в полной мере выполнять все возложенные на них полномочия.

Пресс-служба состоит из начальника (и.о. Люцко О.А.), двух главных специалистов и одного ведущего специалиста. Всего 4 работника. Опыт работы кадрового состава пресс-службы составляет от 2 до 6 лет. У всех работников пресс-службы администрации Старооскольского городского округа есть высшее журналистское образование. (Приложение Ж).

Таким образом, анализ кадрового состава работников позволяет выделить необходимость кадровых изменений в структуре пресс-службы.

Одним из ведущих направлений работы пресс-службы является взаимодействие со средствами массовой информации.

Представим основные показатели деятельности средств массовой информации в Старооскольском городском округе.

В настоящее время среди видов СМИ в городском округе действуют: печатные СМИ (газеты), электронные СМИ (телевещание, Интернет-сайты), радиовещание. (Приложение З, И).

1. Печатные СМИ представлены:

А. Официальными муниципальными СМИ.

Ведущим СМИ в данном направлении является - сетевое издание «Оскольский край.ру».¹

Муниципальное автономное учреждение Издательский дом «Оскольский край» создано в соответствии с действующим

¹ Сетевое издание «Оскольский край.ру». URL: <http://oskol-kray.ru> (дата обращения 11.04.2018)

законодательством на основании постановления главы администрации Старооскольского городского округа Белгородской области № 450 от 20 февраля 2017 года путем изменения типа и наименования существующего муниципального казенного учреждения «Редакция газеты «Оскольский край» Старооскольского городского округа. Непосредственное управление учреждением согласно Уставу осуществляет директор.

Основными целями деятельности учреждения являются:

– удовлетворение потребностей населения городского округа в информационных услугах, исполнения муниципального заказа по опубликованию муниципальных правовых актов, обсуждению проектов муниципальных правовых актов по вопросам местного значения, доведению до сведения жителей городского округа официальной информации о социально-экономическом и культурном развитии муниципального образования, о развитии его общественной инфраструктуры и иной официальной информации, обеспечению участия населения в местном самоуправлении посредством его информирования по вопросам осуществления местного самоуправления.

– производство, распространение и официальное опубликование через печатные издания «Зори», «Путь Октября» и сайты изданий и издательского дома информации об общественно-политической, социально-экономической, культурной жизни городского округа, а также о деятельности органов местного самоуправления городского округа и доведение ее до потребителей.

– обнародование (официальное опубликование) в печатном издании правовых актов органов местного самоуправления городского округа.

Директор и главный редактор – А.А. Дубровин.

Сетевое издание включает два муниципальных печатных издания:

– «Путь Октября». Тираж: 2037. Выходит 3 раза в неделю по вторникам, четвергам и субботам. Старооскольская общественно-политическая районная газета;

– «Зори». Тираж: 3383. Выходит 2 раза в неделю по вторникам и субботам. Старооскольская городская общественно-политическая газета.

Б. СМИ предприятий и организаций:

– «Православное Осколье». Главный редактор – протоирей А.Д. Зорин. Еженедельник. Тираж: 2800 экз.

– «Электросталь». Главный редактор – А. Богданович

– Молодежная газета «Веснушка» и иных.

В. Коммерческими СМИ:

– «Новости Оскола». Тираж: 8500. Выходит 1 раз в неделю по средам.

– «Бизнес-центр». Тираж: 3000. Выходит еженедельно по четвергам;

– «Старооскольский курьер». Тираж: 15000. Выходит еженедельно по понедельникам. Рекламный еженедельник.

2. Электронные СМИ:

– Телерадиокомпания «Мир Белогорья»;

– ОАО «РТТ» - 9 канал;

– Канал «Приосколье»;

– телепрограмма «Оскольский край».

– Радиовещание (Радио Парнас).

3. Интернет-порталы:

– информационный портал «Oskol.City». Режим доступа:
<http://oskol.city>

– информационный портал «Православное Осколье». Режим доступа:
<http://stal-nevsky.ru>

– интернет-портал Старого Оскола «KaviCom.ru». Режим доступа:
<https://www.kavicom.ru>

– городская социальная сеть Старого Оскола «В Осколе». Режим доступа: <http://voskole.ru> и др.

Общее количество средств массовой информации, активно представленных на территории Старооскольского городского округа

составляет: местные газеты – 10, региональные газеты и журналы – 4, телекомпании – 3, радиокomпании – 2, Интернет-порталы – 5. Всего – 24 СМИ. Конечно, количество действующих СМИ на территории городского округа больше представленного выше перечня. Однако именно с данными средствами массовой информации осуществляется активное взаимодействие пресс-службы администрации городского округа.

Основными направлениями работы пресс-службы с данными СМИ являются:

- ежедневный мониторинг печатных СМИ и интернет изданий;
- содействие в организации социологических исследований;
- функционирование «Телефона доверия»;
- техническое и информационное сопровождение официального Интернет-сайта органов местного самоуправления Старооскольского городского округа;
- проведение пресс-конференций;
- подготовка и отправка поздравлений и телеграмм;
- разработка мультимедиа презентаций;
- ведение календаря значимых событий округа;
- осуществление фото и видео съемки, аудиозаписи официальных мероприятий.

Таким образом, анализ взаимодействия пресс-службы администрации Старооскольского городского округа со СМИ позволяет сделать вывод о наличии планомерной системы работы. Вместе с тем, в ходе исследования были выявлены и проблемные поля, требующие разработки мероприятий и предложений по дальнейшему совершенствованию работы администрации в данной сфере информационной политики.

ВЫВОД К РАЗДЕЛУ II:

1. Пресс-служба является связующим звеном, посредником, обеспечивающим обмен информацией между обществом и организацией

(администрацией городского округа) на базе которой она создана. Работу пресс-службы организации можно условно поделить на две сферы: внутренняя и внешняя. Внутренней сферой является сама организация (взаимодействие структурных подразделений). Внешней сферой является все то, что окружает организацию и, следовательно, внешние коммуникативные связи и отношения.

2. В Старооскольском городском округе вопросами взаимодействия со СМИ и общественностью занимается пресс-служба при администрации Старооскольского городского округа.

3. Пресс-служба непосредственно подчиняется главе Старооскольского городского округа, и состоит из начальника, двух ведущих специалистов и двух главных специалистов. Опыт работы кадрового состава пресс-службы составляет от 2 до 6 лет. У всех работников пресс-службы администрации Старооскольского городского округа есть высшее журналистское образование.

4. За последние три года пресс-служба администрации Старооскольского городского округа проводила серьезный объем работы связан с проведением социологических исследований, которые областные структуры при поддержке администрации Старооскольского городского округа регулярно осуществляют на нашей территории.

5. Основными проблемами во взаимоотношениях пресс-службы со СМИ являются:

- проблемы организационной структуры пресс-службы, характеризующиеся необходимостью количественных и качественных изменений в ее работе;

- проблемы совершенствования форм и направлений взаимодействия администрации с ведущими СМИ (печатными и телекомпаниями);

- проблемы разработки системы взаимодействия администрации с перспективными СМИ (Интернет-сообщество, радиокompании).

РАЗДЕЛ III. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ АДМИНИСТРАЦИИ СТАРООСКОЛЬСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Анализ раздела II данного исследования позволил выделить следующие основные проблемы, возникающие во взаимодействии администрации Старооскольского городского округа со средствами массовой информации:

- проблемы организационной структуры и кадрового сопровождения деятельности пресс-службы в рамках реализации информационной политики и взаимодействия со СМИ;
- проблемы совершенствования форм и направлений взаимодействия администрации с ведущими СМИ (печатными и телекомпаниями);
- проблемы разработки системы взаимодействия администрации с новыми, перспективными СМИ (Интернет-сообщество, радиокompании) и иные.

Исходя из всего вышеперечисленного, предлагается разработка и внедрение комплекса рекомендаций, представленных в виде целевой программы *«Формирование и развитие системы взаимодействия органов муниципальной власти и средств массовой информации Старооскольского городского округа на 2018 – 2022 годы»*.

Паспорт программы представлен в приложении К.

Основание для разработки Программы: Федеральный закон от 14 июня 2011 года № 142-ФЗ «О средствах массовой информации», Федеральный закон от 09 февраля 2009 года № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», Стратегия социально-экономического развития Старооскольского городского округа до 2020 года и иные.

Заказчик программы: Администрация Старооскольского городского округа.

Разработчик программы: Информационно-аналитический отдел (пресс-служба) администрации Старооскольского городского округа, кафедра менеджмента СОФ НИУ «БелГУ».

Исполнители и участники программы: пресс-служба администрации Старооскольского городского округа, информационно-аналитический отдел департамента по организационно-аналитической и кадровой работе (аппарата) администрации Старооскольского городского округа, редакции (учредители) городских СМИ, городские общественные организации и объединения, местные отделения политических партий.

Источники финансирования программы: на весь период реализации Программы предусматривается финансирование за счет средств бюджета Старооскольского городского округа.

Целью Программы является формирование эффективной системы взаимодействия администрации Старооскольского городского округа со средствами массовой информации.

Цель обуславливает решение следующих *основных задач:*

- совершенствование организационной структуры информационно-аналитического отдела;
- расширение системы взаимодействия администрации с региональными и местными СМИ;
- мониторинг эффективности системы взаимодействия пресс-службы со СМИ;
- формирование общественно-политической активности населения в рамках реализации программы стратегического развития территории посредством использования СМИ (волонтерство и т.д.) и иные.

Ведущей задачей в реализации данной программы является выстраивание такой системы отношений и совместной деятельности местной

власти со СМИ, которая позволит обратить СМИ в надежных союзников и партнеров власти в реализации администрации целей и задач социально-экономического развития муниципальной территории.

Сроки реализации программы: 2018 – 2022 годы.

Ресурсное обеспечение проекта:

Финансирование программы - бюджет Старооскольского городского округа, региональные и всероссийские гранты, спонсорские взносы.

Материально-техническое сопровождение – администрация Старооскольского городского округа и ее управления.

Информационное сопровождение – Информационно-аналитический отдел (Пресс-служба) Старооскольского городского округа; содействие редакций (учредителей) городских средств массовой информации и т.д.

Научно-методическое сопровождение – кафедра менеджмента СОФ НИУ «БелГУ» (в рамках мониторинговой деятельности), научные и иные отделы вузов Старооскольского городского округа, Управление образования Старооскольского городского округа.

Кадровое сопровождение – штатные сотрудники управлений администрации Старооскольского городского округа, различные учреждения (в сфере образования, культуры, спорта и иные), сотрудники общественных организаций, коммерческие предприятия и иные субъекты, осуществляющие свою деятельность на муниципальной территории.

Система организации контроля исполнением программы: контроль за исполнением программы осуществляет заместитель главы администрации Старооскольского городского округа по организационно-аналитической и кадровой работе.

Этапы реализации программы:

1. Подготовительный (II пол. 2018 г.). Этап включает:

– разработку и принятие нормативно-правовой базы (локальных актов, Положений, должностных инструкций);

- проведение финансово-сметной документации и подготовка материально-технической базы;
- осуществление организационной работы по поиску и переподготовке кадров;
- информационно-разъяснительная работа со средствами массовой информации и т.д.

2. Этап внедрения (2019 – 2021 г.г.)

Этап включает реализацию основные направлений программы в соответствии с утвержденным годовым графиком и перечнем отдельных мероприятий.

3. Этап мониторинга и контроля (I пол. 2022 г.) Этап включает:

- проведение мониторинга эффективности реализации программы;
- осуществление социологического опроса участников программы (в том числе представителей СМИ) о степени удовлетворенности реализацией программы;
- внесение корректив в нормативно-правовую и организационно-структурную части программы по результатам мониторинга.

В рамках решения проблемы взаимодействия органов местного самоуправления со средствами массовой информации предлагаются *следующие направления программы:*

I. Мероприятия внутриорганизационного характера.

II. Мероприятия, направленные на развитие коммуникационного взаимодействия администрации со средствами массовой информации.

Рассмотрим каждое из данных направлений и предлагаемые в них мероприятия.

1. Направления реализации мероприятий внутриорганизационного характера:

1.1. Совершенствование организационной структуры и кадрового сопровождения пресс-служб.

Анализ организационной структуры и кадрового состава пресс-службы обозначил потребность в дополнительных кадрах, что возможно реализовать посредством:

- привлечения к работе пресс-службы студентов высших образовательных организаций по направлениям подготовки «Журналистика», «Филология» и иных в рамках прохождения практик и получения практических навыков работы. В данном направлении предлагается заключать соглашения с вузами о плановом направлении студентов на практику в пресс-службу с подробной разработкой их практической деятельностью.

- формирование кадровых резервов, посредством включения в его перечень перспективных молодых журналистов и работников местных СМИ, в том числе, МКУ «Редакция газеты «Оскольский край»;

- проведение курсов повышения квалификации, стажировок и обучающих тренингов для молодых активистов, желающих в дальнейшем связать свою жизнь с данной сферой деятельности.

1.2. Совершенствование системы функционирования официальных информационных ресурсов органов местного самоуправления Старооскольского городского округа.

Анализ эффективности функционирования печатных органов администрации Старооскольского городского округа и его структурных подразделений (управлений) актуализировал потребность в разработке проекта модернизации деятельности МАУ «Издательский дом «Оскольский край»:

- формирование новой информационной концепции работы МАУ «Издательский дом «Оскольский край», направленной на изучение и удовлетворение потребностей жителей в информационном ресурсе;

- изменение интерфейса официального сайта МАУ «Издательский дом «Оскольский край» в целях повышения привлекательности и

дружественности сайта пользователям, в том числе, расширение возможностей для двустороннего диалога с жителями (опросы, форумы, чаты и т.п.).

– проведение городских конкурсов и акций по популяризации работы пресс-службы и МАУ «Издательский дом «Оскольский край», в том числе, проведение городского конкурса жителей на лучшую газетную статью, а также проведение экскурсий и квестов школьников и студентов в МАУ «Издательский дом «Оскольский край»;

– внедрение новых форм стимулирования работников МАУ «Издательский дом «Оскольский край», в том числе, конкурс «Лучший журналист издательства» или «Лучшая статья месяца» с возможностью голосования работников, представителей иных СМИ и жителей.

III. Направления реализации мероприятий по развитию коммуникационного взаимодействия администрации со средствами массовой информации.

3.1. Создание консультативного общественного органа «Содружество городских СМИ»

Данный орган будет осуществлять свою деятельность в рамках сотрудничества с пресс-службой администрации Старооскольского городского округа и наделен консультативными полномочиями общественного органа.

Основной целью работы органа является обсуждение актуальных проблем взаимодействия органов местного самоуправления городского округа и городских СМИ по реализации информационной политики.

В рамках своей работы органу предстоит анализировать состояние информационной политики муниципальной территории, предлагать к рассмотрению новые формы сотрудничества органов власти и СМИ, изучать передовой отечественный и зарубежный опыт взаимодействия муниципальных органов власти и СМИ; предлагать программы развития

партнерства и сотрудничества со СМИ в целях повышения доступности и открытости местной власти населению и повышения уровня доверия между властью и гражданским обществом.

В ходе реализации проекта предлагается разработать и утвердить соответствующую нормативно-правовую базу, сформировать данный общественный орган из представителей городских СМИ и работников пресс-службы, утвердить годовой и перспективный планы работы и т.п.

3.2. Совершенствование системы работы пресс-службы с городскими Интернет-порталами как новыми и перспективными источниками информации.

В данном направлении предлагается заключить двусторонние соглашения о сотрудничестве с ведущими Интернет-порталами, разработать механизм передачи официальной информации органов власти на городские сайты-партнеры, отработать систему мониторинга за эффективностью представления информации и степени удовлетворенности граждан качеством информационного контента. Основное внимание в данной работе необходимо уделить на формирование дружеских и партнерских отношений, что позволит использовать данное Интернет-пространство в интересах органов муниципальной власти.

3.3. Реализация проекта «Повышение кадрового потенциала старооскольских СМИ».

Целью проекта является создание условий для повышения профессиональной активности и уровня компетенции журналистов старооскольских СМИ. Для ее достижения необходимо решить следующие задачи:

- обеспечить проведение обучающих семинаров по вопросам местного самоуправления для журналистов старооскольских СМИ;
- обеспечить проведение конкурсов профессионального мастерства среди представителей СМИ;

– расширить формы и методы участия журналистов в совместной практической деятельности, в том числе, и в рамках стажировки и обучению передовому опыту.

Это позволит к 2022 году достичь следующих результатов:

- провести 6 обучающих семинаров по вопросам местного самоуправления для журналистов старооскольских СМИ.
- провести 6 конкурсов профессионального мастерства среди представителей СМИ до 2 единиц в год.

Важнейшим условием результативности функционирования любой системы управления, реализации комплексных программ или целевых проектов является *мониторинговый этап*, направленный на выявление положительных и негативных сторон развития системы, а, следовательно, предлагающий пути профилактических, коррекционных мер.

Эффективность реализации Программы характеризуется следующими количественными и качественными целевыми показателями:

- количество СМИ, с которыми взаимодействует пресс-служба на постоянной основе – увеличение на 25%;
- количество совместных акций, мероприятий, проведенных администрацией округа со СМИ – увеличение на 25%;
- количество публикаций и передач в СМИ, посвященных деятельности органов муниципальной власти – увеличение на 30%;
- количество пресс-релизов, переданных пресс-службой для публикации в СМИ – увеличение на 35%;
- количество социологических опросов населения, проведенных пресс-службой совместно со СМИ по проблемам социально-экономического развития территории и работы органов местного самоуправления – 2 социологических опроса;
- количество посещений информационных сообщений о работе органов местной власти на Интернет-сайтах – увеличение на 25%;

– уровень удовлетворенности работой пресс-службы и органов муниципальной власти в целом (в том числе по критериям: открытость и гласность работы органов власти и др.) и иные.

Таким образом, все представленные направления деятельности находятся во взаимосвязи между собой и реализуются в рамках комплекса мероприятий данной Программы.

Реализация, предлагаемых направлений и мер совершенствования системы взаимодействия органов муниципальной власти со средствами массовой информации, позволит разрешить обозначенные в разделе проблемные поля и вывести систему взаимодействия на новый уровень функционирования.

Экономическая эффективность предлагаемой программы проявляется в оптимизации кадровых ресурсов и структуры управления в целом, привлечения к реализации Программы новых квалификационных участников, а также использование дополнительных информационных ресурсов для информирования населения о работе органов местного самоуправления в целях формирования положительного имиджа власти.

Предлагаемые в Программе меры носят в основном организационный характер и не связаны с большими финансовыми затратами. Вместе с тем, эффект внедрения данных мер будет носить и экономическую выгоду в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Социальная эффективность реализации Программы проявляется в упрочении позиций и авторитета органов муниципальной власти на муниципальной территории, а также формирование информационной опоры (поддержки) деятельности органов власти в средствах массовой информации.

Более подробная количественная и качественная оценка эффективности реализации Программы может быть представлена на этапе подготовки проекта, в процессе проведения социологических опросов заинтересованных субъектов (прежде всего, работников пресс-службы и представителей СМИ).

ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ III.

1. Предлагается разработка и внедрение комплекса рекомендаций, представленных в виде целевой программы «Формирование и развитие системы взаимодействия органов муниципальной власти и средств массовой информации Старооскольского городского округа на 2018 – 2022 годы».

2. Целью Программы является формирование эффективной системы взаимодействия администрации Старооскольского городского округа со средствами массовой информации.

3. Ведущей задачей в реализации данной программы является выстраивание такой системы отношений и совместной деятельности местной власти со СМИ, которая позволит обратить СМИ в надежных союзников и партнеров власти в реализации администрации целей и задач социально-экономического развития муниципальной территории.

4. В рамках решения проблемы взаимодействия органов местного самоуправления со средствами массовой информации предлагаются следующие направления программы: мероприятия внутриорганизационного характера и мероприятия, направленные на развитие коммуникационного взаимодействия администрации со средствами массовой информации.

5. Реализация, предлагаемых направлений и мер совершенствования системы взаимодействия органов муниципальной власти со средствами массовой информации, позволит разрешить обозначенные в разделе проблемные поля и вывести систему взаимодействия на новый уровень функционирования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основным законом, регулирующим работу средств массовой информации, является Федеральный закон «О средствах массовой информации». В соответствии с законодательством РФ средства массовой информации – это пресса, массовые справочники, радио, телевидение, кино- и звукозапись, видеозапись.

В последние десятилетия средства коммуникации претерпевают существенные изменения вследствие распространения спутниковой связи, кабельного радио и телевидения, электронных текстовых коммуникационных систем (видео-, экранных и кабельных текстов), а также индивидуальных средств накопления и печатания информации (кассет, дискет, дисков, принтеров).

Переход к информационному обществу в России, наряду с увеличением роли и востребованности информации, формированием гражданского общества, возникновением института свободы слова, имеет и негативные явления.

К таким явлениям, прежде всего, следует отнести:

- незащищенность общества от непроверенной информации;
- использование общественного мнения для лоббирования интересов отдельных социальных групп;
- нагнетание ощущения тех или иных глобальных проблем для манипулирования аудиторией.

Особенно ярко эти эксцессы проявляются в относительно новой для нашего общества сфере – связях с общественностью и традиционной для нашей страны, но изменившейся по сути рекламы.

Пресс-служба является связующим звеном, посредником, обеспечивающим обмен информацией между обществом и организацией (администрацией городского округа) на базе которой она создана.

Работу пресс-службы организации можно условно поделить на две сферы: внутренняя и внешняя. Внутренней сферой является сама организация (взаимодействие структурных подразделений). Внешней сферой является все то, что окружает организацию и, следовательно, внешние коммуникативные связи и отношения.

В Старооскольском городском округе вопросами взаимодействия со СМИ и общественностью занимается пресс-служба при администрации Старооскольского городского округа.

Основными проблемами во взаимоотношениях пресс-службы со СМИ являются:

- проблемы организационной структуры пресс-службы, характеризующиеся необходимостью количественных и качественных изменений в ее работе;
- проблемы совершенствования форм и направлений взаимодействия администрации с ведущими СМИ (печатными и телекомпаниями);
- проблемы разработки системы взаимодействия администрации с перспективными СМИ (Интернет-сообщество, радиокompании) и иные.

Для более эффективного взаимодействия органов местного самоуправления со средствами массовой информации предлагается разработка и внедрение комплекса рекомендаций, представленных в виде целевой программы «Формирование и развитие системы взаимодействия органов муниципальной власти и средств массовой информации Старооскольского городского округа на 2018 – 2022 годы».

В рамках решения проблем взаимодействия органов местного самоуправления со средствами массовой информации предлагаются следующие направления программы:

- мероприятия внутриорганизационного характера;
- мероприятия, направленные на развитие коммуникационного взаимодействия администрации со средствами массовой информации.

В целом реализация, предлагаемых направлений и мер совершенствования системы взаимодействия органов муниципальной власти со средствами массовой информации, позволит разрешить обозначенные в разделе проблемные поля и вывести систему взаимодействия на новый уровень функционирования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конвенция о статусе корреспондента, представляющего средство массовой информации государства – участника Содружества Независимых Государств в других государствах Содружества [Текст] : принята СНГ 16 апреля 2004 г. : вступила в силу для Российской Федерации 26 мая 2005 г. // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2004. – № 17. – Ст. 1662.
2. Декларация об основных принципах, касающихся вклада средств массовой информации в укрепление мира и международного взаимопонимания, в развитие прав человека и в борьбу против расизма и апартеида и подстрекательства к войне [Текст] : принята Генеральной Конференцией Юнеско 28 ноября 1978 г.
3. Декларации о средствах массовой информации и правах человека [Текст] : принята Парламентской Ассамблеей Совета Европы 23 января 1970 г. : вступила в силу для Российской Федерации 23 января 1970 г. // Собр. актов Президента и Правительства Рос. Федерации. – 1993. – № 15. – Ст. 1338.
4. Парламентская ассамблея Совета Европы о роли национального вещания и управления им [Текст] : принята Парламентской Ассамблеей Совета Европы 23 января 1975 г. : вступила в силу для Российской Федерации 23 января 1975 г.
5. Конституция Российской Федерации от 25 декабря 1993 года, с изменениями от 30 декабря 2008 года [Текст] // Российская газета. – 2009. – № 6 (4831). – 21 января.
6. О государственной тайне [Текст] : федер. закон от 21 июля 1993 г. № 5485-1 // Российская газета. – 1993. – 21 сентября.
7. О средствах массовой информации [Текст] : федеральный закон от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 // Российская газета. – 1992. – 8 февраля.

8. О рекламе [Текст] : федер. закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ // Российская газета. – 2006. – 15 марта.

9. Об информации, информационных технологиях и о защите информации в Российской Федерации [Текст] : федеральный закон от 27 июня 2006 г. № 149-ФЗ // Российская газета. – 2006. – 29 июля.

10. Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов местного самоуправления [Текст] : федеральный закон от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ // Российская газета. – 2009. – 13 февраля.

11. О дополнительных гарантиях прав граждан на информацию [Текст] : Указ Президента РФ от 31 декабря 1993 г. № 2334 // Российская газета. – 1994. – 10 января.

12. Об утверждении Мер по совершенствованию взаимодействия Правительства РФ со СМИ [Текст] : Постановление Правительства РФ от 3 мая 1995 г. № 448 // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1995. – № 20. – Ст. 1803.

13. Устав Старооскольского городского округа Белгородской области [Текст] : принят решением Совета депутатов Старооскольского городского округа от 21 февраля 2008 г. № 24. – Старый Оскол, 2008.

14. Положение об Администрации Старооскольского городского округа

15. Положение о пресс-службе главы администрации информационно-аналитическом отделе департамента по организационно-аналитической и кадровой работе (аппарата) администрации Старооскольского городского округа (утверждено распоряжением главы администрации Старооскольского городского округа от 2012 г.)

16. Должностная инструкция руководителя Пресс-службы главы администрации – начальника информационно-аналитического отдела департамента по организационно-аналитической и кадровой работе (аппарата) администрации Старооскольского городского округа. (утв.

решением Совета депутатов Старооскольского городского округа Белгородской области от 23 февраля 2010 г. № 75).

17. Должностная инструкция главного специалиста Пресс-службы главы администрации – информационно-аналитического отдела департамента по организационно-аналитической и кадровой работе администрации Старооскольского городского округа. (утв. решением Совета депутатов Старооскольского городского округа Белгородской области от 15 апреля 2010 г. № 86)

18. Алексеева, М.И. Средства массовой информации России [Текст] / М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова. – М. : Изд-во Аспект Пресс, 2014. – 391 с.

19. Атаманчук, Г.В. Теория государственного управления [Текст] / Г.В. Атаманчук. – М. : Изд-во Омега-Л, 2016. – 525 с.

20. Ахмадулин, Е.В. Правительственная печать России [Текст] / Е.В. Ахмадулин. – Ростов н/Д. : Изд-во ЗАО «Книга», 2015. – 77 с.

21. Березин, В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации [Текст] / В.М. Березин. – М. : Изд-во Российского университета дружбы народов, 2017. – 183 с.

22. Брайант, Дж. Основы воздействия СМИ [Текст] / Дж. Брайант, С. Томпсон. – М. : Изд-во Вильямс, 2014. – 432 с.

23. Бровко, С.Л. PR: Современные технологии [Текст] / С.Л. Бровко, И.А. Быков, О.К. Карпухина. – СПб. : Изд-во ИВЭСЭП, 2018. – 263 с.

24. Бурдые, П. О телевидении и журналистике [Текст] / П. Бурдые. – М. : Изд-во ЮНИТА-ДАНА, 2017. – 215 с.

25. Василенко, И. Связь с общественностью в государственных и местных органах власти [Текст] / И. Василенко. – М. : Изд-во Международные отношения, 2016. – 445с.

26. Воробьев, А.М. Средства массовой информации как фактор формирования гражданского общества: процесс, тенденции, противоречия [Текст] / А.М. Воробьев. – Екатеринбург : Изд-во Компас, 2016. – 453 с.

27. Ворошилов, В.В. Журналистика [Текст] / В.В. Ворошилов. – СПб. : Изд-во КноРус, 2015. – 496 с.
28. Ворошилов, В.В. Теория и практика массовой информации [Текст] / В.В. Ворошилов. – СПб. : Изд-во Питер, 2016. – 572 с.
29. Вылегжанин, Д.А. Теория и практика паблик рилейшнз [Текст] / Д.А. Вылегжанин. – М. : Изд-во Флинта, 2018. – 376 с.
30. Гнетнев, А.И. Современная пресс-служба [Текст] / А.И. Гнетнев. – Ростов н/Д : Изд-во Феникс, 2018. – 414 с.
31. Груша, А.В. Формы и методы организации взаимодействия субъектов политики. Пресса и политический диалог [Текст] / А.В. Груша. – М. : Изд-во Пульс, 2017. – 360 с.
32. Демин, В.А. Организация работы пресс-служб – международные стандарты [Текст] / В.А. Демин, Т.Е. Пак. – М. : Изд-во FORPOST, 2016. – 180 с.
33. Засурский, И.И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика [Текст] / И.И. Засурский. – М. : Изд-во Пульс, 2015. – 269 с.
34. Засурский, Я.Н. Система средств массовой информации в России [Текст] / Я.Н. Засурский. – М. : Изд-во Аспект пресс, 2016. – 264 с.
35. Каминская, Т.Л. Связи с общественностью [Текст] / Т.Л. Каминская. – Великий Новгород : Изд-во Реноме, 2018. – 87 с.
36. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Текст] / М. Кастельс. – М. : Изд-во ЭКСМО, 2016. – 309 с.
37. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика [Текст] / Ф. Китчен. – М. : Изд-во ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 454 с.
38. Комаровский, В.С. Государственная служба и средства массовой информации [Текст] / В.С. Комаровский. – М. : Изд-во Аспект Пресс, 2016. – 212 с.

39. Комаровский, В.С. Связи с общественностью в политике и государственном управлении [Текст] / В.С. Комаровский. – М. : Изд-во РАГС, 2015. – 520 с.
40. Кондратьев, Э.В. Связи с общественностью [Текст] / Э.В. Кондратьев, Р.Н. Абрамов. – М. : Изд-во Академический Проект, 2018. – 510 с.
41. Коновченко, С. В. Общество – средства массовой информации – власть [Текст] / С.В. Коновченко. – Ростов н/Д. : Изд-во Феникс, 2016. – 450 с.
42. Корконосенко, С.Г. Политология журналистики [Текст] / С.Г. Корконосенко. – М. : Изд-во Аспект-Пресс, 2014. – 560 с.
43. Кочеткова, А.В. Современная пресс-служба [Текст] / А.В. Кочеткова, А.С. Тарасов. – М. : ЭКСМО, 2018 г. – 348 с.
44. Мелюхин, И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития [Текст] / И.С. Мелюхин. – М. : Изд-во ЮНИТА-ДАНА, 2018. – 563 с.
45. Мирошенко, А.В. Работа в пресс-службе. Журналистика для пресс-секретарей [Текст] / А.В. Мирошенко. – М. : ООО «ИД» МедиаЛайн, 2016. – 528 с.
46. Назаров, М.М. Массовая коммуникация в современном мире. Методология анализа и практика исследований [Текст] / М.М. Назаров. – М. : Изд-во Пульс, 2015. – 169 с.
47. Ольшанский, Д.В. Политический PR [Текст] / Д.В. Ольшанский. – СПб. : Изд-во Питер, 2014. – 544 с.
48. Панарин, И.Н. Информационная война и Россия [Текст] / И.Н. Панарин. – М. : Изд-во Поколение, 2017. – 560 с.
49. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики [Текст] / Е.П. Прохоров. – М. : Изд-во МГУ, 2016. – 368 с.

50. Русаков, А. Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти [Текст] / А.Ю. Русаков. – СПб. : Изд-во Союз, 2014. – 233 с.
51. Санаев, А. Русский PR в бизнесе и политике [Текст] / А. Санаев. – М. : Изд-во Ось-89, 2015 г. – 240 с
52. Ситников, В.П. Техника и технология СМИ. Печать, радио, телевидение [Текст] / В.П Ситников. – М. : Изда-во АСТ, 2018. – 416 с.
53. Солганик, Г.Я. Язык СМИ и политика [Текст] / Г.Я. Солганик. – М. : Изд-во МГУ, 2017. – 354 с.
54. Татарина, Г.Н. Современная пресс-служба [Текст] / Г.Н. Татарина. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2017. – 126 с.
55. Хесс, С. Связь между правительством и прессой, представители пресс-служб и их функции [Текст] / С. Хесс. – М. : ЭКСМО, 2015. – 136 с.
56. Четвертков, Н.В. Современная пресс-служба [Текст] / Н.В. Четвертков. – М. : Аспект Пресс, 2015. – 368 с.
57. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: теория и практика [Текст] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М. : Изд-во Дело, 2016. – 552 с.
58. Яковлев, И.П. Паблик-рилейшенз в организациях [Текст] / И.П. Яковлев. – СПб. : Изд-во Петрополис, 2016. – 148 с.
59. Власть и пресса: безопасность городов и доступность информации для населения [Текст] // Власть. – 2016. – № 6. – С. 12-18.
60. Связи с общественностью: мифы и проблемы [Текст] // Муниципальная власть. – 2015. – № 2. – С. 75-83.
61. СМИ и реформирование России [Текст] // Социально-политический журнал. – 2014. – № 4. – С. 58-63.
62. Средства массовой коммуникации элемент политической системы общества [Текст] // Социально-гуманитарные знания. – 2018. – № 1. – С. 35-46.

63. Ильинский, С. Энциклопедический словарь PR и рекламы [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http:// www.franklang.ru/](http://www.franklang.ru/)
64. Официальный сайт Президента Российской Федерации : информационный портал. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/>
65. Официальный сайт Губернатора и Правительства Белгородской области : информационный портал. – Режим доступа: <https://www.belregion.ru>
66. Официальный сайт Администрации Старооскольского городского округа : информационный портал. – Режим доступа: oskolregion.ru/
67. Сетевое издание «Оскольский край.ру» : информационный портал. – Режим доступа: <http://oskol-kray.ru/>
68. «KaviCom.ru» : интернет-портал Старого Оскола. – Режим доступа: <https://www.kavicom.ru/>
69. «Oskol.City» : информационный портал. – Режим доступа: <http://oskol.city/>
70. «Православное Осколье» : информационный портал. – Режим доступа: <http://stal-nevsky.ru/>
71. «В Осколе» : городская социальная сеть Старого Оскола. – Режим доступа: <http://voskole.ru/>