Проблемы коммуникации федеральных органов исполнительной власти с гражданами на примере реализации информационной политики ФАС России в 2008-2011 годах.

Проблемы выявлены на основании анализа данных, полученных при выполнении научно-исследовательской работы «Развитие и использование методического инструментария общественного мониторинга деятельности ФАС России для получения общественной оценки приоритетов и результатов деятельности ТУ ФАС России по пресечению антиконкурентных действий органов государственной власти и органов местного самоуправления» (2011 год).

Выводы основаны на анализе организации коммуникации ФАС России с гражданами, в процессе которой:

1. Происходит информирование граждан (получателей услуг органов исполнительной власти, общественных организаций, представляющих интересы таких граждан, представителей СМИ) о результатах деятельности органа исполнительной власти. Это осуществляется посредством освещения деятельности органа власти в официальных пресс-релизах, размещаемых на официальном сайте (www.fas.gov.ru), на пресс-конференциях, в публикациях СМИ, на встречах с общественностью и с получателями услуг (семинары, круглые столы, выставки и т. д.), посредством выпуска специализированных изданий для получателей услуг (например, брошюра «ФАС – служба, нужная людям»).
2. Происходит информирование граждан о приоритетах деятельности органа исполнительной власти, о результативности и эффективности деятельности органа исполнительной власти на примере решений по конкретным делам, рассмотрение которых входит в компетенцию службы.
3. Происходит получение информации от граждан о том, как они оценивают деятельность органа власти (его результативность, эффективность), о том, как они представляют приоритеты его деятельности, проблемы в его деятельности.
4. Предоставление органом власти информации о своей деятельности в СМИ, в блогосфере, в социальных сетях[1].

Такая коммуникация относится к политической коммуникации, поскольку во-первых, частично осуществляется с помощью системы масс-медиа, во-вторых, в результате такой коммуникации формируется представление граждан о качестве, эффективности, результативности функционирования органов исполнительной власти в целом и о качестве, эффективности, результативности политической власти как совокупности общественных институтов.

Надо отметить, что исследование информационной политика ФАС России в течение 2008 — 2011 года показало положительную динамику по ряду параметров.

Проблемы информационной политики, которые были решены:

1. Низкое качество информационных материалов о деятельности центрального аппарата ФАС России. Это касалось в первую очередь текстов пресс-релизов о деятельности ФАС России. Основные недостатки текстов — официально-деловой стиль изложения, трудность понимания текстов непрофессионалами, отсутствие разъяснения законодательства, отсутствие разъяснения результатов деятельности ФАС по конкретным делам, находящимся на рассмотрении специалистов службы, отсутствие системности в информировании о деятельности ведомства. Сейчас пресс-релизы ФАС России излагаются публицистическим стилем речи, содержат разъяснения законодательства, контакты официальных лиц, у которых можно получить комментарии о рассмотрении дел, освещаемых в пресс-релизах, информирование о делах имеет систематический характер (анонсируется начало рассмотрения, анонсируется процедура вынесения решения, разъясняется суть и общественная полезность решения).
2. Недостаточное количество видов каналов информирования о деятельности службы. Произошло освоение новых каналов информирования о деятельности службы

---

[1] См. Приказ Федеральной антимонопольной службы от 11 июля 2011 года № 507 г. Москва «Об утверждении Положения об информационной политике ФАС России и её территориальных органов»

(прежде всего — социальных сетей, блогосферы), большая доля публикаций о деятельности службы приходится на телевидение как наиболее массовый канал информирования.

3. Низкая результативность информирования о деятельности ФАС России (объём пресс-релизов службы больше, чем объём публикаций о её деятельности). Результативность информирования граждан о деятельности службы повысилась (в 2008 году на одно официальное сообщение о деятельности центрального аппарата ФАС России приходилось около одного сообщения в СМИ, в 2011 году — 1, 8 сообщений). Однако, проблема результативности информирования о деятельности службы решена не полностью.

Ряд актуальных проблем, которые ещё не решены:

1. Несоблюдение законодательства, регламентирующего взаимодействие органов исполнительной власти и СМИ (федерального закона «О средствах массовой информации»). В ходе экспериментов по получению информации о деятельности ФАС России в пресс-службах центрального аппарата ФАС России и в пресс-службах территориальных управлений ФАС России не на все запросы были предоставлены ответы (на 6 запросов из 17, то есть около 30 % всех запросов остались без ответа). Это негативно характеризует информационную открытость органа власти.

2. Неконкурентноспособность в использовании некоторых каналов коммуникации (социальных сетей, блогосферы) по сравнению с общественными объединениями, действующими в сфере, смежной с деятельность ФАС России. Например, у аккаунта Алексея Навального на www.livejournal.com более 56000, у официального сообщества ФАС России на www.livejournal.com около 200; у аккаунта Навального 79000 подписчиков в twitter.com, у официального аккаунта ФАС России в twitter.com — 12000 подписчиков. .

3. Низкая результативность деятельности ФАС России по информированию граждан посредством СМИ. Например, только 17 процентов публикаций в СМИ о деятельности ФАС России (опубликованные с 11 января по 30 сентября 2011 года) основаны на сообщениях пресс-службы ФАС России, остальные инициированы журналистами.

4. Невысокая оценка качества информирования граждан о деятельности службы. По данным опроса 29 журналистов, имеющих опыт взаимодействия с пресс-службами ТУФАС и опыт написания текстов о деятельности антимонопольной службы, средний балл качества работы ТУ ФАС по информированию граждан — 6 из 10 возможных.

5. Низкое качество информирования о деятельности общественно-консультативных советов (ОКС) при центральном аппарате и ТУ ФАС России, одного из каналов коммуникации органа власти с гражданским обществом. Например, в Ростовской и Воронежской области не обо всех заседаниях ОКС выпущены официальные пресс-релизы, в Краснодарском крае заседания ОКС вообще не упоминаются в официальных пресс-релизах. Наибольший интерес СМИ вызвала деятельность ОКС в Пермском крае и в республике Татарстан (из пяти регионов, в которых проводилось тестовое исследование динамики информационной политики ФАС России).

Меры, которые необходимо принять ФАС России для повышения качества коммуникации:

1. Повышение информационной открытости, своевременное предоставление информации о деятельности службы и её территориальных управлений СМИ и гражданам.

2. Повышение качества коммуникации через социальные сети, создание массовой аудитории читателей официальных аккаунтов службы в социальных сетях.

3. Повышение результативности информирования граждан о деятельности службы через СМИ.