

**Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»**

**Лояльность городского населения как результат информационной политики органов муниципального управления**

***Цыганцова Виктория Васильевна***

*Студент*

*Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный,  
Ульяновск, Россия*

*E-mail: victoria\_tsygantsova@mail.ru*

В период кризиса легитимности возникает негативное воздействие на отношение населения к власти, поэтому в последние три года тема политической лояльности в России стала наиболее актуальной. Политическая лояльность представляет собой форму поддержки власти со стороны населения, которая выражается, главным образом, в приверженности граждан к действующему законодательству[1]. Существует ряд факторов, влияющих на уровень доверия населения к власти. В двадцатом веке, когда информация приобрела огромное значение во всех сферах жизни общества, информированность стала основным фактором формирования отношения населения к власти. Если говорить о воздействии информационной политики на лояльность населения к органам муниципального управления, то на эту тему рассуждения об актуальности будут носить типичный характер. Специфика информирования населения имеет огромное влияние на отношение горожан к деятельности органов местной власти. Политическая лояльность населения способствует существованию благоприятной коммуникационной среды между властью и обществом, от которой зависит социально-политическая обстановка в городе. Целью данной работы является выявление взаимовлияния информированности городского населения и уровня его лояльности к органам муниципального управления. На сегодняшний день тема влияния информированности и политической лояльности изучена недостаточно широко. Как правило, она рассматривается в контексте факторов формирования информационного пространства между властью и обществом. Принципы подачи политических материалов изучены относительно разных видов средств массовой коммуникации, но стоит отметить, что при этом как фактор формирования лояльности населения к власти эта информация не рассматривается. Исследование проблемы, главным образом, базируется на теории конфликта Льюиса Козера[2], в основе которой лежит идея социальных изменений, без которых жизнь государства и общества невозможна. Модернизации необходимы и естественны для любой общественной системы. Различия интересов неустранимы в принципе: справедливого распределения власти, материальных средств, равных статусов в реальном обществе достичь невозможно. Взаимодействия между людьми, социальные изменения приводят к столкновению интересов, возникновению противоречий, социальной напряженности, а следующим звеном социальной динамики является конфликт общества и власти. Разрешение конфликта между властью и обществом, согласно теории Льва Петражитского[3] лежит в воздействии власти на психологические коммуникации людей и их различных объединений. Суть данной теории состоит в утверждении психологической потребности человека жить в рамках организованного сообщества, а также в чувстве необходимости коллективного взаимодействия. Психологическая коммуникация между властью и обществом может осуществляться с помощью удовлетво-

рения информационных потребностей населения. Профессор Г.В. Пушкарева выявила ряд особенностей[4] восприятия и интерпретации человеком политических событий, а также определила характер воздействия информации о политических событиях на систему личных представлений человека на политику. Так, внимание индивидов редко привлекают политические события, исключения составляют сенсационные случаи, или же события, которые затрагивают повседневную жизнь человека, касаются его проблем. Само же существование политической лояльности населения, по мнению английского мыслителя XVIII в. **Э. Берка**[5], возможно только при наличии положительного опыта и привычки граждан, которые могут привести к построению такой модели власти, при которой она удовлетворяла бы их интересы и, следовательно, могла бы пользоваться поддержкой. Причем этот опыт и соответствующие условия должны формироваться, накапливаться эволюционно, препятствуя сознательному конструированию лояльности. В результате анализа всей полученной в ходе работы информации, можно утверждать, что между уровнем информированности городского населения о деятельности органов муниципального управления и уровнем его лояльности существует прямая зависимость. Это подтверждается тем, что при низком качестве информированности о деятельности органов муниципального управления в СМИ и небольшой информационной ценности материалов, неудовлетворенность подачей политической информацией возрастет, что становится причиной недоверия населения к власти, следовательно, уровень лояльности понижается. И наоборот: у населения, которое не доверяет власти, вырабатываются психологические барьеры, которые порождают априори негативное восприятие информации о деятельности органов муниципального управления. Для того, чтобы повысить авторитет органов муниципального управления и улучшить их имидж в глазах населения необходимо выполнить комплекс мер: более подробно освещать все события и мероприятия, которые направлены на улучшение жизни населения именно в социальных сетях, блогах и новостных порталах, которые так популярны среди горожан. Стараться уделять особое внимание материалам, которые носят сенсационный характер в тех источниках информации, которые являются наиболее популярными в регионе.

### Литература

1. Богряшова А.Г. Проблемы формирования государственной информационной политики в регионе (на примере Волгоградской области) // Философия права. 2012. №3. С. 122-125.
2. Грачев М. Н. Политическая коммуникация // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2009. № 1. С. 24-39.
3. Ефимов О.И. Социальные коммуникации в гражданском обществе: агенты и функции// Личность. Культура. Общество. 2009. №2. С. 193-200.
4. Игрушко А.Ю. Политическое информирование как составляющая социального института политики// Сборник научных трудов. 2010. №2. С. 41-45.
5. Лазарев М.В. Политическая лояльность и легитимность власти// Экономические стратегии. 2007. №3. С. 22-27.

6. Лисова С.Ю. Влияние медиа на политическое сознание// Европейский журнал социальных наук. 2013. №6. С. 495-502.
7. Моисеев А.Н. Особенности влияния печатных средств массовой информации на политическое сознание// Ученые записки казанского университета. 2008. №7. С. 184-195.
8. Подорова-Аникина О.Н. Современные политические коммуникации: факторы искажения восприятия// Известия СПбГЭТУ «ЛЭТИ». 2011. №3. С. 86-91.
9. Пушкарева Г.В. Политические события глазами россиян: психологические механизмы восприятия и индивидуальной интерпретации// Полис. 2008. №4. С. 93-102.
10. Санина А.Г. Лояльность как социально-философская и практическая проблема// Вопросы философии. 2012. №10. С. 20-25.
11. Шестов Н.И. Рациональное в политическом мифе «лояльности»// Вестник российского университета дружбы народов. 2008. №2. С. 72-86.