

---

---

## ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРАВИТЕЛЬСТВА Г. МОСКВЫ

Н.Е. Расторгуева

Российский университет дружбы народов

*Москва, Россия*

В статье рассматриваются особенности формирования и проблемы реализации информационной политики города Москвы.

**Ключевые слова:** имидж, информационная открытость, информационная политика, СМИ.

Имидж органов городской власти во многом зависит от освещения их деятельности в СМИ. В сеть столичных средств массовой информации входят городские, окружные и районные газеты и журналы, телестудии, радиостанции, городские телеканалы ТВЦ и «Столица».

По состоянию на 31 мая 2011 г. в столице выходило около 200 окружных и районных газет, разовый тираж которых превышал 7 миллионов экземпляров [22]. Данные СМИ информируют читателей о жизни района и города, деятельности управ, муниципалитетов, мэрии. Такие газеты москвичи получают бесплатно. Средства на их выпуск выделяются префектурами и районными управами, а контроль над их деятельностью осуществляет Комитет по телекоммуникациям и средствам массовой информации г. Москвы [22].

Помимо вышеперечисленных СМИ существуют еще и издания отраслевых департаментов г. Москвы. В апреле 2011 г. в Москве выпускалось 38 изданий, учрежденных 16 органами исполнительной власти города и (или) получающих с их помощью поддержку из бюджета города [16].

Используя вышеназванные СМИ, столичные власти решают ряд задач, основными из которых являются «освещение и разъяснение мероприятий по реализации программ социально-экономического развития, содействие формированию благоприятного образа Москвы посредством проведения целенаправленной информационной политики Правительства Москвы» [3] и т.д.

Немаловажную роль играют и совместные проекты правительства Москвы в издательской сфере. Так, в 2007 г. в результате сотрудничества Издательского дома «Московский Комсомолец» («МК») и Комитета общественных связей г. Москвы появилась газета для семейного чтения «Родительский дом», существующая и по сей день. Она распространяется в вузах, школах, поликлиниках, библиотеках, музеях и других местах. Таким образом, платная газета обеспечивает имидж и определенную часть аудитории, а бесплатная — ее увеличивает и помогает в продвижении основного бренда.

Информационная открытость государственных органов является одним из обязательных условий функционирования демократического государства. Законодательная база, регулирующая данную сферу, постоянно совершенствуется. Одним из последних принятых в этой области законодательных актов стал Фе-

деральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», определяющий формы предоставления информации, принципы доступа к ней и т.д. Он появился в 2009 г. Следует отметить, что подобные правовые акты принимаются и в субъектах Российской Федерации. В некоторых из них, в том числе и в Москве, акты, регулирующие доступ к сведениям о деятельности городских властей, существуют уже давно.

23 августа 1994 г. было принято программное постановление правительства Москвы № 703 «О дополнительных мерах по организации информирования населения о деятельности Мэрии и правительства Москвы». Этим документом была утверждена концепция информирования населения и план первоочередных мероприятий по информационному обеспечению населения, «направленные на усиление информационной и разъяснительной работы среди жителей города с использованием СМИ и в первую очередь муниципальных газет и студий кабельного телевидения» [10].

Правительство Москвы постановило: «департаментам по делам печати и информации, территориальных органов управления, общественных и межрегиональных связей, префектурам принять организационные меры по укреплению газет, выходящих в административных и муниципальных округах», а также «оказать необходимую поддержку и помощь в налаживании их деятельности для эффективного использования их информационных возможностей в интересах города, административных округов и муниципалитетов» [10].

24 октября 2001 г. принят Закон г. Москвы № 52 «Об информационных ресурсах и информатизации города Москвы», с 7 октября 2003 г. действует постановление № 841-пп «Об обеспечении доступности информации о деятельности правительства Москвы, городских органов исполнительной власти и городских организаций», а 31 марта 2004 г. был принят закон № 20 «О гарантиях доступности информации о деятельности органов государственной власти города Москвы».

Как показывает практика, предпринятые меры оказались малоэффективными. Выступая 5 октября 2010 г. на форуме ВТБ Капитал бывший в то время вице-премьером и министром финансов Алексей Кудрин заявил, что «четверть всех распоряжений московского мэра (Ю.М. Лужкова) подписывалась в секретном или закрытом характере и не публиковалась в нарушение действующего законодательства» [21. С. 126]. Таким образом, столичная власть была дистанцирована от населения, что позволяло ей претворять в жизнь решения, которые не всегда отвечали интересам граждан.

С приходом С.С. Собянина ситуация, казалось, начала меняться к лучшему. 16 ноября 2011 г. в рамках ежегодной церемонии вручения премий «День банкира» мэру Москвы была вручена премия журнала «Итоги» «За информационную открытость». «Год назад, если бы была такая премия, то я бы заслужил премию по информационной закрытости. В этом году ситуация изменилась в силу профессионального положения, но и не только поэтому. Те решения, которые мы принимаем в Москве, требуют большой информационной, разъяснительной работы, постоянного общения с прессой», — заявил С.С. Собянин [18].

В 2012 г. позиции столичного мэра в рейтинге информационной открытости понизились. В подготовленном Национальной службой мониторинга совместно с Институтом независимых политических исследований медиарейтинге информационной открытости глав субъектов России за январь 2012 г. он занял 13-е место [19].

Принимая 15 ноября 2011 г. программу «Открытое правительство», столичные власти объявили своей целью привлечь к управлению городом как можно больше граждан не только через московское правительство, но и префектуры, муниципалитеты, а также различные отраслевые департаменты. Это довольно сложная задача, учитывая размеры города. Ректор Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» Ярослав Кузьминов, говоря о проблемах, с которыми могут столкнуться московские власти, отметил, что «в Москве нет условий для местного самоуправления традиционного типа, действующего в других российских регионах. Москвичи с трудом могут идентифицировать свои интересы с одним определенным округом — они живут в одном месте, работают в другом, а отдыхают в третьем или четвертом. И тем не менее без их непосредственной помощи невозможно создать удобную систему предоставления госуслуг гражданам и бизнесу, ликвидировать избыточные административные барьеры» [12].

Особую роль в построении информационного диалога московских властей с населением призваны играть сайты управ и муниципалитетов. Согласно данным TNS Россия, среди москвичей «каждый день пользуются интернетом 31% населения, еженедельно — 58%, ежемесячно — 61% (на 2009 г.). По данным Фонда „Общественное мнение“ (ФОМ), четверть всех российских пользователей Интернета проживает в Москве, где доля киберпутешественников от всего населения составляет 41%. Москва впереди и по многим другим показателям. В Москве самый большой процент домашних пользователей — 63% (в среднем по стране этот показатель равен 46%)» [9]. Количество московских интернет-пользователей постоянно увеличивается. По итогам 2010 г. столица заняла лидирующие позиции в рейтинге регионов по доле пользователей сети Интернет, подготовленном экспертами РИА Аналитика. Согласно проведенному исследованию, регулярно или периодически Интернетом в столице пользуются 72,9% населения [14]. Интернет имеет высокий уровень распространения в Москве, это один из наиболее эффективных способов информирования о деятельности городских властных структур. Среди его основных преимуществ можно назвать:

- большой объем официальной социально значимой информации;
- возможность создания электронных архивов;
- высокую степень интерактивности и периодичности обновлений.

Именно благодаря Интернету появилась возможность технологически обеспечить условия для информационной открытости московской власти. «Наличие у органов власти полноценных официальных сайтов дисциплинирует властные структуры. Органы власти, которые обязаны рассказывать о своей деятельности в интерактивном режиме, вынуждены относиться более ответственно к исполне-

нию возложенных на них обязанностей», — говорится в Докладе о соответствии официальных сайтов федеральных органов исполнительной власти требованиям законодательства Российской Федерации за 2010 г., представленном Министерством экономического развития в правительство [5]. Однако и в этой сфере остаются серьезные пробелы, связанные прежде всего с уровнем демократизации московских властей. Например, в декабре 2011 г. в адрес портала «Наш город. Программа развития Москвы», созданный для того, чтобы горожане могли отслеживать ход выполнения городских программ, прозвучали обвинения в невосприимчивости к критике: за каждый третий негативный отзыв посетитель сайта отправлялся в бан-лист и терял право комментировать размещаемые на портале материалы [8]. Незадолго до этого, в ноябре 2011 г., на сайтах некоторых московских управ появились материалы, содержащие компрометирующую оппонентов «Единой России» информацию на фоне положительных отзывов о кандидатах от партии власти. Представители управ не смогли объяснить, как и по какой причине сведения, носящие, по сути, агитационный характер, появились на порталах. Вскоре они были убраны с сайтов [20].

Несколько иначе дела обстоят с районными сайтами, не имеющими отношения к управам и муниципалитетам и носящими информационно-рекламный характер. Например, 45 порталов, принадлежащих компании Mustview содержат местные новости, информацию о районных организациях, фотографии, форум для общения жителей. По словам создателей этих сайтов, они не публикуют «чиновничью „заказуху“ на тему „информирования населения об успехах власти в вопросах заботы о гражданах“. Мы абсолютно независимы. Здесь каждый житель нашего района может открыто высказать свое мнение. И если это мнение не будет противоречить общечеловеческой этике — оно будет услышано и прокомментировано» [13].

С бесплатными изданиями московского правительства, управ муниципалитетов в последнее время успешно конкурируют городские бесплатные газеты информационно-развлекательного характера («Metro-Москва» (бывшее «Метро»), «Мой район» и др.). Это так называемая «контентная бесплатная пресса», которая отличается от изданий с преимущественно рекламным наполнением довольно большим количеством содержательных авторских материалов. Подобные газеты распространяются, как правило, в магазинах, кафе, на АЗС и стойках метрополитена. В отличие от принадлежащих управам и муниципалитетам районных СМИ они публикуют не только информацию о жизни города, но и советы потребительского характера, а также развлекательные материалы. Такие бесплатные издания пользуются большей свободой и зачастую представляют более объективную информацию о происходящем. По словам президента распространителей печатной продукции Дмитрия Мартынова, увеличение количества бесплатных изданий отмечается не только в России, но и во многих зарубежных странах, в том числе в Европе и в США. Мартынов связывает эту тенденцию с тем, что аудитория традиционных изданий стареет [7. С. 24].

Об экспансии бесплатных информационных газет говорится и в докладе Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, где перезапуск

в 2009 г. газеты «Метро» в «Metro», осуществленный сетью Metro International, назван «едва ли не лучшим маркетинговым проектом года». «В результате проведенных обновлений аудитория одного номера „Metro-Москва“ к октябрю 2009 г. выросла до 775,3 тысяч, или более чем в два раза. Таким образом, по размеру аудитории «Метро» опередила все другие ежедневные газеты, распространяемые в городе, а еще в июле газета вышла на первое место в Москве и по объемам локальной рекламы по прайс-листам (без учета скидок)» [15. С. 29]. Однако вскоре газету уличили в завышении тиражных данных, и к февралю 2010 г. ее аудитория сократилась до 680,9 тысяч человек [15. С. 29].

Основные особенности бесплатных негосударственных информационно-развлекательных газет:

- доступность для читателя;
- высокая степень таргетированности на нужную рекламодателю и издателю целевую аудиторию;
- обширная сеть распространения;
- основная целевая аудитория — молодые, мобильные люди;
- большой тираж по сравнению со многими платными газетами;
- низкий уровень рекламного шума.

Доход бесплатных негосударственных изданий целиком зависит от рекламы. В отличие от зарубежных аналогов, в которых часто публикуют рекламу крупные компании, российским бесплатным изданиям очень трудно получить заказ от подобных клиентов. Дорогие бренды, во-первых, не всегда уверены в эффективности данных рекламных площадок, а во-вторых, не хотят размещать имиджевую рекламу на газетной бумаге. По словам главного редактора бесплатной молодежной газеты «Акция» Светланы Максимченко, «в США и Европе, например, Heineken, Bvlgari, Gucci и другие без проблем размещаются на газетной бумаге. В России же есть ряд компаний, которые хотят печатать рекламу только на мелованной бумаге, например производители одежды, слабого алкоголя и табачных изделий» [1].

Обвинения в низком качестве содержания, звучащие в адрес подобных газет, безусловно, имеют порой достаточные основания. Но иногда и сами издания обращаются в суд в качестве истца. Так, после републикации «Известиями» детальной схемы ДТП (подготовленной сотрудниками «Моего района») в печатной версии газеты и на сайте без какого-либо разрешения со стороны газеты и указания авторства схемы издание подало иск в Арбитражный суд г. Москвы, который удовлетворил его и постановил взыскать с «Известий» компенсацию в пользу истца в размере 100 000 рублей. Комментируя решение суда, главный редактор «Моего района» Дмитрий Сурнин заявил: «Для нашей редакции плагиат абсолютно недопустим, и мы искренне удивлены, что „Известия“ позволяет себе подобную практику» [2]. Его поддерживает издатель «Моего района» в Москве и Санкт-Петербурге, президент Ассоциации независимых региональных издателей Григорий Кунис: «Мы считаем свою газету однозначно более качественной, чем многие издания массового сегмента. Если при этом качество рассматривать как надеж-

ность, проверенность информации, большую проработку с источниками — мы точно более качественные, чем «Комсомольская правда» или какие-то другие массовые газеты» [4].

Принадлежащие управе и муниципалитету городские районные газеты во многом отличны от бесплатных информационно-развлекательных изданий. Несмотря на то, что они также ориентированы на массового читателя, эти газеты универсальны по тематике (подавляющее число материалов посвящено исключительно местным событиям), а сегментировать их можно фактически только по одному признаку — территориальному.

Одной из причин малой популярности районных газет среди населения можно назвать их прямую зависимость от властных структур — фактор, определяющий специфику их содержания. Правительством г. Москвы была специально разработана городская целевая программа «Развитие телекоммуникаций и средств массовой информации в городе Москве на 2009—2011 гг.», в которой говорится о задаче создать условия для развития качественной журналистики в отрасли печатных средств массовой информации и осуществления информационной поддержки деятельности правительства Москвы. В документе говорится, что «подзадачами по данному направлению являются:

- развитие качественной журналистики;
- обеспечение максимально широкого представительства СМИ на мероприятиях, патронируемых или организованных органами исполнительной власти г. Москвы;
- обеспечение обратной связи органов власти Москвы с гражданами и организациями;
- повышение эффективности расходования бюджетных средств в отрасли» [3].

Что касается городских и окружных СМИ, то программа предусматривает организацию публикаций в окружных и районных СМИ о деятельности органов законодательной и исполнительной власти города Москвы. Другая возложенная на городские СМИ задача — «обеспечение публикации материалов по актуальным темам:

- реализация национальных проектов в Москве;
- проведение в городе государственных реформ (административной, местного самоуправления, жилищно-коммунального хозяйства и пр.);
- пропаганда семейных ценностей, культы здоровой семьи, любви к детям, опекуинства, усыновления детей-сирот, бескомпромиссной борьбы с детской беспризорностью и бродяжничеством, поддержка детей, оставшихся без попечения родителей, пропаганда семейного чтения, создания в семье атмосферы престижа образования;
- пропаганда здорового образа жизни, борьбы с алкоголизмом, наркоманией, аморальным поведением и бытовой распущенностью населения, прежде всего молодежи, увеличение рождаемости;
- сохранение культурно-нравственных ценностей, укрепление духовного единства российского народа, развитие межнациональной и межконфессиональной толерантности и сотрудничества;

— пропаганда памятных дат истории Отечества и Москвы, отечественных науки и культуры, направленная на воспитание у москвичей патриотизма, чувства коллективной ответственности за судьбы Родины, формирование у них социального оптимизма и единства общенационального сознания» [3] и т.д.

Перечень тем настолько велик, что фактически не оставляет районным СМИ простора для самостоятельного творчества, ставя их в жесткие рамки социального заказа. Такие издания отличаются засильем официоза, выражая позицию местной власти, они создают лишь видимость диалога с ней. В результате газета теряет не только интерес читателей, но и, как следствие, большую часть аудитории. К тому же подобные издания практически лишены рекламных доходов, не имеют ярко выраженной мотивации к самостоятельности, что вкупе с вышеперечисленными факторами исключает их активное участие в борьбе за рекламодателя, а, следовательно, и за увеличение читательской аудитории.

Говоря о тематической концепции бесплатных городских газет, можно выделить две крайности: с одной стороны, частое игнорирование таких важных функций СМИ, как социализация и образование у информационно-развлекательных газет, с другой — внимание к этим темам, но невыполнение рекреативной функции у принадлежащих управам и муниципалитетам изданий. В то же время общими чертами подобных изданий являются неполнота, обеднение тематической палитры, информативное отражение действительности в отсутствие аналитической составляющей.

Тем не менее в последнее время правительство Москвы стало уделять большое внимание работе со СМИ. Среди префектур административных округов и районных управ Москвы проводится ежегодный смотр-конкурс окружных и районных СМИ по информированию населения о деятельности органов власти «Информируем из первых рук». «Проведение этого конкурса позволит выявить и поддержать наиболее успешные окружные и районные СМИ и впредь при формировании городского информационного заказа опираться именно на них, сделав акцент на качество районных и окружных изданий» [17].

«Задачи Смotra:

а) повышение качества и совершенствование работы окружных и районных средств массовой информации в области информирования населения и создания благоприятного общественного мнения о работе государственных органов города Москвы, в том числе отраслевых, функциональных и территориальных органов исполнительной власти города Москвы;

б) выявление и распространение положительного опыта работы окружных и районных средств массовой информации, содействие их развитию;

в) поиск и внедрение новых эффективных форм работы по информированию населения, комплексное использование информационных ресурсов для своевременного доведения до населения необходимой информации и организации обратной связи» [11].

Среди причин недостаточной эффективности работы власти со СМИ можно назвать и малый опыт работы в условиях информационной открытости. В 2002 г., находясь на должности помощника президента РФ С.В. Ястржембский в интервью «Российской газете» заявил: «Власть должна уметь захватывать инициативу в ра-

боте со СМИ и вносить именно свое видение в информационное пространство, а не дожидаться, когда оно будет выработано другим. Имидж государства и его институтов зависит от профессионализма пресс-служб, от их заряженности на постоянную «игру» на информационном поле» [6].

Газеты, издаваемые управами и муниципалитетами, а также сайты управ могут взять на себя роль посредника в сложных взаимоотношениях власти и общества, способствовать новому имиджу московских властных структур, основанному на информационной открытости.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Борейко Т.* Экземпляр не для продажи // Sostav.ru [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.sostav.ru/articles/2006/06/05/mark1/#> (06.02.2012).
- [2] Газета «Мой район» отсудила у «Известий» 100 тысяч рублей // Lenta.ru [Электронный ресурс]. — URL: <http://lenta.ru/news/2009/12/02/mydistrict/> (дата обращения: 02.02.2012).
- [3] Городская целевая программа «Развитие телекоммуникаций и средств массовой информации в городе Москве на 2009—2011 гг. // Молнет.ру [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.molnet.ru/mos/ru/survive/n\\_56/o\\_2202](http://www.molnet.ru/mos/ru/survive/n_56/o_2202) (01.02.2012).
- [4] Григорий Кунис о бесплатной прессе // Free Newspapers [Электронный ресурс]. — URL: <http://freenewspapers.ru/2009/07/23/kunis/> (дата обращения: 02.02.2012).
- [5] Доклад о соответствии официальных сайтов федеральных органов исполнительной власти требованиям законодательства Российской Федерации за 2010 г. // Центр антикоррупционных исследований и инициатив «Трансперенси Интернешнл-Р» [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.transparency.org.ru/doc/accrrep10\\_01000\\_367.pdf](http://www.transparency.org.ru/doc/accrrep10_01000_367.pdf) (дата обращения: 26.02.2012).
- [6] *Лозовский Б.Н.* Средства массовой информации как объект манипуляции // Известия Уральского государственного университета [Электронный ресурс]. — URL: [http://proceedings.usu.ru/?base=mag/0027\(03\\_14-2003\)&doc=../content.jsp&id=a08&xsl=showArticle.xsl](http://proceedings.usu.ru/?base=mag/0027(03_14-2003)&doc=../content.jsp&id=a08&xsl=showArticle.xsl) (дата обращения: 23.02.2012).
- [7] *Мартынов Д.* Рынок прессы — 2008: проблемы, тенденции // Журналист. — 2008. — № 5.
- [8] Московским чиновникам раздали болты // Московские новости [Электронный ресурс]. — URL: <http://mn.ru/moscow/20111216/308726597.html> (дата обращения: 13.02.2012).
- [9] НКО. Власть. Интернет. Анализ использования // Городской портал общественного развития. Москва. Общество и власть [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.mosportal.ru/15/3/kk\\_nko\\_2.pdf](http://www.mosportal.ru/15/3/kk_nko_2.pdf) (дата обращения: 12.03.2012).
- [10] Постановление правительства Москвы от 23.08.94 № 703 «О дополнительных мерах по организации информирования населения о деятельности Мэрии и Правительства Москвы» (приложения 1—3) // Законы России [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.lawrussia.ru/texts/legal\\_383/doc383a197x749.htm](http://www.lawrussia.ru/texts/legal_383/doc383a197x749.htm) (дата обращения: 08.10.2013).
- [11] Постановление Правительства Москвы № 435-ПП от 20 сентября 2011 года «О ежегодном городском смотре «Информируем из первых рук» // Электронная Москва [Электронный ресурс]. — URL: [http://mosopen.ru/document/435\\_pp\\_2011-09-20](http://mosopen.ru/document/435_pp_2011-09-20) (дата обращения: 19.02.2012).
- [12] *Проценко Л.* Правительство откроется // Российская газета. Столичный выпуск № 5633. — 2011. — 16 ноября.
- [13] Район Лианозово [Электронный ресурс]. — URL: <http://lianoz.ru/index/0-2> (дата обращения: 03.10.2013).
- [14] РИА-Аналитика: рейтинг регионов по числу пользователей сети Интернет // РИА НОВОСТИ [Электронный ресурс]. — URL: [http://ria.ru/research\\_rating/20110928/445112931.html](http://ria.ru/research_rating/20110928/445112931.html) (дата обращения: 05.10.2013).

- [15] Российский рынок периодической печати. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад Управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии России Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. — М., Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2010.
- [16] Руководитель Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы В. Черников: «Наша задача — обеспечение москвичей объективной информацией о жизни города» // Интерфакс [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.interfax-russia.ru/Moscow/exclusives.asp?id=224718> (дата обращения: 08.10.2013).
- [17] Смотр «информируем из первых рук» // Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.dsmir.mos.ru/directions/activity2/smotr/> (дата обращения: 19.02.2012).
- [18] Собянину вручена премия «За информационную открытость» // РОСБАЛТ [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.rosbalt.ru/moscow/2011/11/16/913383.html> (12.02.2012).
- [19] Собянин и Полтавченко теряют позиции в рейтинге информационной открытости // РБК daily [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.rbcdaily.ru/2012/02/10/focus/562949982781910> (12.02.2012).
- [20] Управа на оппозицию // Газета.ru [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.gazeta.ru/politics/elections2011/2011/11/15\\_a\\_3835521.shtml](http://www.gazeta.ru/politics/elections2011/2011/11/15_a_3835521.shtml) (дата обращения: 13.02.2012).
- [21] *Хомяков Э.Г.* К вопросу об информационной открытости государственных органов и органов местного самоуправления // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. — Вып. 4. — 2010.
- [22] *Чернышева О.* Роль городских и районных СМИ в жизни Москвы // Молнет.ру [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.molnet.ru/mos/ru/n\\_99/o\\_2309](http://www.molnet.ru/mos/ru/n_99/o_2309) (дата обращения: 10.10.2013).

#### LITERATURA

- [1] *Borejko T.* Jekzempljar ne dlja prodazhi // Sostav.ru [Jelektronnyj resurs]. — URL: <http://www.sostav.ru/articles/2006/06/05/mark1/#> (06.02.2012).
- [2] Gazeta «Moj rajon» otsudila u «Izvestij» 100 tysjach rublej // Lenta.ru [Jelektronnyj resurs]. — URL: <http://lenta.ru/news/2009/12/02/mydistrict/> (data obrashhenija: 02. 02. 2012).
- [3] Gorodskaja celevaja programma «Razvitie telekommunikacij i sredstv massovoj informacii v gorode Moskve na 2009—2011 gg. // Molnet.ru [Jelektronnyj resurs]. — URL: [http://www.molnet.ru/mos/ru/survive/n\\_56/o\\_2202](http://www.molnet.ru/mos/ru/survive/n_56/o_2202) (01.02.2012).
- [4] Grigorij Kunis o besplatnoj presse // Free Newspapers [Jelektronnyj resurs]. — URL: <http://freenewspapers.ru/2009/07/23/kunis/> (data obrashhenija: 02. 02. 2012).
- [5] Doklad o sootvetstvii oficial'nyh sajtove federal'nyh organov ispolnitel'noj vlasti trebovanijam zakonodatel'stva Rossijskoj Federacii za 2010 g. // Centr antikorrupcionnyh issledovanij i iniciativ «Transperensi Interneshnl-R» [Jelektronnyj resurs]. — URL: [http://www.transparency.org.ru/doc/accrep10\\_01000\\_367.pdf](http://www.transparency.org.ru/doc/accrep10_01000_367.pdf) (data obrashhenija: 26.02. 2012).
- [6] *Lozovskij B.N.* Sredstva massovoj informacii kak ob#ekt manipuljacii // Izvestija Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta [Jelektronnyj resurs]. — URL: [http://proceedings.usu.ru/?base=mag/0027\(03\\_14-2003\)&doc=../content.jsp&id=a08&xsl=showArticle.xslt](http://proceedings.usu.ru/?base=mag/0027(03_14-2003)&doc=../content.jsp&id=a08&xsl=showArticle.xslt) (data obrashhenija: 23.02.2012).
- [7] *Martynov D.* Rynok pressy — 2008: problemy, tendencii // Zhurnalist. — 2008. — № 5.
- [8] Moskovskim chinovnikam razdali bolty // Moskovskie novosti [Jelektronnyj resurs]. — URL: <http://mn.ru/moscow/20111216/308726597.html> (data obrashhenija: 13.02.2012).
- [9] NKO. Vlast'. Internet. Analiz ispol'zovanija // Gorodskoj portal obshhestvennogo razvitija | Moskva. Obshhestvo i vlast' [Jelektronnyj resurs] URL: [http://www.mosportal.ru/15/3/kk\\_nko\\_2.pdf](http://www.mosportal.ru/15/3/kk_nko_2.pdf) (data obrashhenija: 12.03. 2012).
- [10] Postanovlenie pravitel'stva Moskvy ot 23.08.94 № 703 “O dopolnitel'nyh merah po organizacii informirovanija naselenija o dejatel'nosti Mjerii i Pravitel'stva Moskvy” (prilozhenija 1—3) //

- Zakony Rossii [Jelektronnyj resurs]. — URL: [http://www.lawrussia.ru/texts/legal\\_383/doc383a197x749.htm](http://www.lawrussia.ru/texts/legal_383/doc383a197x749.htm) (data obrashhenija: 08.10.2013).
- [11] Postanovlenie Pravitel'stva Moskvy № 435-PP ot 20 sentjabrja 2011 goda «O ezhegodnom gorodskom smotre «Informiruem iz pervyh ruk» // Jelektronnaja Moskva [Jelektronnyj resurs]. — URL: [http://mosopen.ru/document/435\\_pp\\_2011-09-20](http://mosopen.ru/document/435_pp_2011-09-20) (data obrashhenija: 19.02.2012).
- [12] *Procenko L.* Pravitel'stvo otkroetsja // Rossijskaja gazeta. — Stolichnyj vypusk № 5633. — 2011. — 16 nojabrja.
- [13] Rajon Lianozovo [Jelektronnyj resurs]. — URL: <http://lianoz.ru/index/0-2> (data obrashhenija: 03.10.2013).
- [14] RIA-Analitika: rejting regionov po chislu pol'zovatelej seti Internet // RIANOVOSTI [Jelektronnyj resurs]. — URL: [http://ria.ru/research\\_rating/20110928/445112931.html](http://ria.ru/research_rating/20110928/445112931.html) (data obrashhenija: 05.10.2013).
- [15] Rossijskij rynek periodicheskoj pečati. Sostojanie, tendencii i perspektivy razvitija. Otrasleyvoj doklad Upravljenija periodicheskoj pečati, knigoizdanija i poligrafii Rossii Federal'nogo agentstva po pečati i massovym kommunikacijam. — M.: Federal'noe agentstvo po pečati i massovym kommunikacijam, 2010.
- [16] Rukovoditel' Departamenta sredstv massovoj informacii i reklamy goroda Moskvy V. Chernikov: «Nasha zadacha — obespečenie moskvičej ob#ektivnoj informaciej o zhizni goroda» // Interfaks [Jelektronnyj resurs]. — URL: <http://www.interfax-russia.ru/Moscow/exclusives.asp?id=224718> (data obrashhenija: 08.10.2013).
- [17] Smotr «informiruem iz pervyh ruk» // Departament sredstv massovoj informacii i reklamy goroda Moskvy [Jelektronnyj resurs] URL: <http://www.dsmir.mos.ru/directions/activity2/smotr/> (data obrashhenija: 19.02.2012).
- [18] Sobjaninu vruchena premija «Za informacionnuju otkrytost'» // ROSBALT [Jelektronnyj resurs]. — URL: <http://www.rosbalt.ru/moscow/2011/11/16/913383.html> (12.02.2012).
- [19] Sobjanin i Poltavchenko terjajut pozicii v rejtinge informacionnoj otkrytosti // RBK daily [Jelektronnyj resurs]. — URL: <http://www.rbcdaily.ru/2012/02/10/focus/562949982781910> (12.02.2012).
- [20] Uprava na oppoziciju // Gazeta.ru [Jelektronnyj resurs]. — URL: [http://www.gazeta.ru/politics/elections2011/2011/11/15\\_a\\_3835521.shtml](http://www.gazeta.ru/politics/elections2011/2011/11/15_a_3835521.shtml) (data obrashhenija: 13.02.2012).
- [21] *Homjakov Je.G.* K voprosu ob informacionnoj otkrytosti gosudarstvennyh organov i organov mestnogo samoupravlenija // Vestnik Udmurtskogo universiteta. Serija Jekonomika i pravo. — Vyp. 4. — 2010.
- [22] *Chernysheva O.* Rol' gorodskih i rajonnyh SMI v zhizni Moskvy // Molnet.ru [Jelektronnyj resurs]. — URL: [http://www.molnet.ru/mos/ru/n\\_99/o\\_2309](http://www.molnet.ru/mos/ru/n_99/o_2309) (data obrashhenija: 10.10.2013).

## **PECULIARITIES OF REALISATION OF MOSCOW GOVERNMENT INFORMATIONAL POLICY**

**N.E. Rastorgueva**

Peoples Friendship University of Russia  
*Moscow, Russia*

The article touches upon the peculiarities of formation and implementation of Moscow informational policy.

**Key words:** image, information openness, information policy, mass media.