

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

На правах рукописи

ГАВРИЛОВА МАРИНА АНДРЕЕВНА

**СОВРЕМЕННЫЕ PR-ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И ОРГАНОВ МЕСТНОГО
САМОУПРАВЛЕНИЯ**

автореферат магистерской работы

направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

юридического факультета

Саратов 2022

Работа выполнена на кафедре социальных коммуникаций Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского.

Научный руководитель – к. филол. н., доцент кафедры социальных коммуникаций Коневец С.Н.

Выпускающая организация – юридический факультет ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы предпринятого исследования обусловлена недостаточной изученностью практики внедрения PR-технологий во взаимодействии органов местного самоуправления, органов государственной власти с гражданами. На сегодняшний день это одно из важнейших направлений в развитии государственных и муниципальных услуг в нашей стране: масштабное внедрение и реализация информационных технологий в сфере государственного управления. Именно PR-технологии позволяют обеспечить направленное оперативное и слаженное взаимодействие как в самой структуре государственного управления, так и между различными уровнями власти (федеральные, региональные, местные), а также между властью и обществом.

Все чаще исполнительные, законодательные и судебные органы власти переходят на систему электронного документооборота, что в теории должно облегчить их работу и сократить издержки, связанные с затратами на канцелярию, работников, а главное, затраты, связанные с временем бумажного документооборота. Однако важно учитывать, что государство должно меняться совместно с его гражданами, иначе, такое взаимодействие не сможет существовать. В связи с этим стал актуальным вопрос о внедрении электронного документооборота, электронных обращений, получения услуг и др. не только в деятельность органов государственной власти, но и органов местного самоуправления, а также и «в каждый дом» (один из ярких примеров – официальный интернет-портал государственных услуг «Госуслуги»).

Комплекс существующих исследований государственного управления и местного самоуправления, в том числе информационной политики на государственном и локальном уровнях, достаточно широк. Однако очевиден дефицит современных коммуникационно-политических исследований, нередко авторами игнорируется социально-экономический и

социокультурный контекст информационной политики, связанный со спецификой регионов.

Объект исследования – совокупность PR-средств, методов и приемов связей с общественностью в деятельности органов государственной власти и муниципальных образований современной России.

Предмет исследования – особенности функционирования PR-технологий в информационной политике органов государственного управления и органов местного самоуправления.

Цель исследования – анализ использования современных PR-технологий в администрировании на федеральном и местном уровнях.

Цель исследования достигается последовательным решением следующих задач:

- рассмотреть теоретические аспекты понятия информация, PR-технологии; охарактеризовать современные информационные технологии; рассмотреть возможности использования PR-технологий в системе государственных органов власти;
- выявить основные проблемы при внедрении передовых систем при взаимодействии власти и населения через Интернет;
- показать влияние современных информационно-коммуникационных технологий на информационную политику государственных органов и органов местного самоуправления;
- изучить востребованность и роль GR-услуг в России;
- провести социологические исследования заданной тематики: SWOT-анализ онлайн-услуг государственных и муниципальных органов власти, опрос;

Практическая значимость исследования заключается в выявлении положительных результатов применения PR-технологий в деятельности государственных органов власти и органов местного самоуправления. Выводы выпускной квалификационной работы, ее практические рекомендации могут использоваться органами государственной власти и

местного самоуправления, структурами гражданского общества, средствами массовой информации для совершенствования информационной политики в России. Материалы диссертации могут быть использованы в учебном процессе для студентов, обучающихся по направлениям: политология, государственно-муниципальное управление, журналистика, реклама и связи с общественностью.

Теоретико-методологическая основа работы. Теоретическую основу работы составили теория массовой коммуникации Г. Лассуэлла, теория информационного общества Дж. Гэлбрейта. В исследовании использовалась концепция коммуникативного действия Ю. Хабермаса, а также трактовка социальной коммуникации С. Московичи. Особое место в исследовании занимает концепция местного самоуправления (Д. Джонс, Р. Роде, Дж. Чендлер), в русле которой органам местного самоуправления отводится важная роль в формировании и функционировании демократических институтов. Также за основу были взяты исследования В.Г. Соколенко о глобальном управлении в ситуации возрастания социальной и политической нестабильности; А.А. Дегтярева о принятии публичных решений в системе государственного управления.

Методологическую основу работы составил комплекс общенаучных методов: диалектический метод, анализ и синтез, моделирование, синхронный и диахронный методы. В работе использован системный подход, позволивший показать место информационной политики в системе других политик, а также охарактеризовать саму информационную политику как систему. В результате применения структурно-функционального подхода были выделены элементы информационной политики и описаны их функции в коммуникативном взаимодействии. Неинституциональный подход дал возможность рассмотреть систему устоявшихся политических практик, включая организации и нормы. В качестве эмпирических методов были использованы: вторичный анализ данных социологических исследований,

контент-анализ печатных СМИ и интернет-ресурсов, анализ статистических данных, документов органов власти и местного самоуправления.

Эмпирическую базу диссертации составили нормативно-правовые акты международного, федерального и регионального уровней; федеральные и региональные целевые программы; политические документы, определяющие основные направления реформирования всех уровней публичной власти и системы местного самоуправления.

Апробация исследования проводилась в Саратовском национальном исследовательском государственном университете им. Н. Г. Чернышевского с мая 2021 г. по октябрь 2021 г. Доклады по заявленной теме исследования были представлены на Международной научно-практической конференции «Кризисные коммуникации: долгосрочная стратегия vs ситуативная реакция» 27 мая 2021 г. Саратов: «Проблемы разграничения полномочий и взаимодействия органов государственной власти и органов местного самоуправления в период кризиса»; на X Международной научно-практической конференции «Стратегические коммуникации в современном мире: от теоретических знаний к практическим навыкам» (22 октября 2021) Саратов: «Особенности PR в системе государственного и муниципального управления»

Основные результаты работы отражены в публикациях: Гаврилова, М. А. Государственные учреждения в социальных медиа // Студенческая наука: сборник работ областного конкурса студентов высших учебных заведений. Саратов: Саратовский источник, 2020. С. 6-9. Статья «Особенности PR в системе государственного и муниципального управления» находится в печати.

Структура данной работы выглядит следующим образом: введение с обоснованием актуальности темы, постановкой цели и задач; двух глав теоретического и практического характера, заключения, в котором подводится итог проведенной работы и списка использованных источников, насчитывающего 74 наименований.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении раскрывается актуальность темы, указаны цели и основные задачи работы, определен предмет и объект исследования, практическая значимость, методы, структура исследования.

В первой главе рассматриваются органы государственной власти и органы местного самоуправления как структура, а также их функции, полномочия, задачи и взаимодействие. В рамках нашего исследования считаем важным обратить внимание на публичную власть, которую можно охарактеризовать как централизованный институционализированный инструмент по согласованию и обеспечению общественных интересов, которые призваны объединить территориально-организованную общность в соответствии с особенностями ее законных интересов и ценностей.

Так, государственная власть и органы местного самоуправления – отлаженный механизм воплощения всех закрепленных в основном законе России функций государства, который взаимодействует посредством издания нормативно-правовых актов и деятельности граждан. Для наиболее тесного взаимодействия с населением органы государственной власти и местного самоуправления должны выстраивать стратегию своего поведения в соответствии с нуждами и интересами населения. Их значимость в динамично развивающемся информационном обществе особенно велика.

Также в первой главе рассмотрены понятия, функции, цели, задачи PR, а также различия PR коммерческих и государственных структур по целям, ресурсам, ответственности, мотивам, окружению.

В выпускной работе мы рассматривали политический PR органов государственной власти и местного самоуправления. В рамках нашего исследования представляет интерес политическая реклама – комплекс методов продвижения политических сил. Она направлена на изменение политического поведения общества или его части в условиях политического

выбора. В современном обществе выросла значимость политической рекламы¹.

В зависимости от уровня управления, власть использует различные инструменты взаимодействия с гражданами и осуществления власти. Таким образом, PR в органах местного самоуправления в большей степени нужен для взаимодействия с гражданами². Для такого PR существуют правила, например, регулярность, прозрачность, отсылки к первоисточникам. В каждой сфере деятельности – своя комбинация техник и приемов, выбор которых определен коммуникативными целями.

Регулярность – необходимая мера, поскольку важные политические решения принимаются практически каждый день, о чем следует упоминать в СМИ. Прозрачность – залог доверия населения к органам местного самоуправления. Чиновникам не следует утаивать или искажать информацию, так как СМИ считается еще одной ветвью власти, доверие к которой непоколебимо.

Отсылки к первоисточникам предполагают возможность граждан обратиться к законодательным актам, законопроектам, личным страницам чиновников, официальным сайтам, портала и другим ресурсам с целью перепроверить информацию или получить больше данных по вопросу.

Чаще всего в активе наружные средства информации: стенды, афиши, доски объявлений – и возможности местных СМИ: районные, городские газеты, радиостанции, кабельные телеканалы. Трудно привлечь федеральные и региональные СМИ по причине локальности интересов. Для реализации информационной политики местные власти стали активно и эффективно использовать интернет-коммуникации: официальный сайт, блоги.

¹ Кретинина, А. Д. Реклама и PR в современном обществе. / А. Д. Кретинина // Информационные технологии в строительных, социальных и экономических системах. – 2018. – №4. – С. 85-86.

² Серова, Н.А. Институциональная организация органов местного самоуправления в условиях российской муниципальной реформы // Муниципалитет: экономика и управление. 2018. № 2 (23). С. 5 – 10.

Для политического PR главная задача – наладить доверительные отношения, обратную связь и тесный контакт с органами государственной власти и местного самоуправления, чтобы осуществление власти происходило гласно, легитимно, прозрачно и удобно. Для этих целей используются онлайн платформы и сервисы, ИКТ вводятся в оборот государственных и муниципальных услуг.

Рассмотрению развития интернет-технологий в векторе их влияния на сущность и функции GR-менеджмента посвящены основные параграфы второй главы. На современном этапе проделана большая работа по переводению государственных и муниципальных услуг на онлайн-платформы. В главе приведено исследование (SWOT-анализ) по функционированию услуг в цифровом пространстве: перевод государственных и муниципальных услуг на онлайн-платформы поможет быстрее достигнуть коммуникационно-информационные цели государственных органов власти и органов местного самоуправления, использовать государственные и муниципальные ресурсы органов государственной власти и местного самоуправления. Большое количество онлайн-услуг соответственно увеличивает объем информации с результатами работы властей и предоставляет гражданам более быстрый доступ (например, через Интернет) к услугам, взаимодействию с властью. Это означает решение проблем, связанных с утверждением различных законопроектов, должностей, бюджетов правительства, государственных закупок и вакансий в органах государственной власти и местного самоуправления³.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что роль онлайн-услуг и ведения чиновниками и представителями органов власти блогов в социальных сетях повышает уровень доверия населения к власти в целом.

Понятие GR-менеджмент, в первую очередь, предусматривает принцип взаимонаправленности в данном процессе, в котором участвуют: органы

³ Тарасова, Ю.А. Технологии связей с общественностью в формировании имиджа государственной службы/ Ю. А. Тарасова // Управленческое консультирование. –2015. – № 5 (77). – С. 29-37.

государственной власти, бизнес-сообщества и общественные организации. Исходя из этого, необходимость создания GR-структур в организациях особо актуальна. Созданные структуры, являясь инструментом налаживания взаимных контактов, позволят согласовать интересы государства с интересами коммерческих и некоммерческих организаций.

Появление и развитие интернет-технологий отразилось на сущности и функциях GR-менеджмента. Эта отрасль активно использует электронные инструменты для GR-взаимодействия. В бизнес-структурах есть консультанты по GR, однако это молодое для России направление, поэтому есть ряд проблем. Их предлагается решить следующими мероприятиями: разработать единый стандарт взаимодействия органов публичной власти с субъектами бизнеса, стимулировать формирование института оценки эффективности и результативности GR-деятельности, популяризировать профессию GR-менеджера, увеличить количество обучающих программ по специальности GR-менеджмент, ввести должность GR-менеджера в коммерческие компании, деятельность которых прямо или опосредовано связана с деятельностью государственных органов власти или органов местного самоуправления.

Кроме того во второй главе анализируются успешные примеры PR в работе органов государственной власти и органов МСУ, например, рекламная кампания Сочи-2014, ведение чиновниками блогов, Сайт мэра Москвы mos.ru. Также было проведено исследование (опрос среди населения) на тему возможности переведения обратной связи с органами власти в полностью онлайн-режим: почти 45% опрошенных уверены, что электронной почты, официальных сайтов, специальных платформ и порталов, а также социальных сетей органов государственной власти и местного самоуправления, достаточно для полного перевода обратной связи с представителями власти в дистанционный режим. 10% считают, что органы государственной власти и местного самоуправления справятся с этой задачей и без социальных сетей. 21% уверены, что перевода государственных и

муниципальных услуг в полностью онлайн-режим необходимы дополнительные средства и инструменты. А 23% считают, что полностью обойтись без очных встреч с представителями власти невозможно в ближайшие пять лет.

Исходя из вышесказанного, необходимо отметить, что формирование положительного имиджа государственного служащего — это весьма трудоемкий процесс, реализовать который без специалистов этой области — имиджмейкеров, PR и GR сотрудников, крайне тяжело. Поскольку основной целью деятельности этих специалистов является создание, развитие и поддержание на должном уровне положительного имиджа государственного служащего путем постоянного подогревания интереса к нему со стороны общества через трансляцию информации в разных средствах массовой информации.

GR и PR на государственном и муниципальном уровнях качественно выполняют несколько функций: побуждают население к принятию участия в управленческой деятельности, способствует улучшению качества жизни горожан, благоустройству территорий, общественно-политической активности граждан, открытости местной власти и выстраиванию системы постоянного политического просвещения населения.

Таким образом, информационные технологии способствуют проекции реальных отношений между властью и обществом на интернет-пространство, где деятельность органов государственной власти и местного самоуправления становится прозрачной и интерактивной — при взаимодействии с гражданами и другими властными структурами. Главной задачей использования информационных технологий является автоматизация производственной или административной деятельности, в целях упрощения работы людей.