

УДК 659.4.011

*Зырянова О.Г., доцент кафедры
"государственное и муниципальное управление",
Кубанский государственный аграрный университет
имени И.Т. Трубилина
Россия, г. Краснодар
Морозов О.В.
студент
Кубанский государственный аграрный университет
имени И.Т. Трубилина
Россия, г. Краснодар*

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СВЯЗЕЙ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ВЛАСТИ**

Аннотация: статья посвящена повышению уровня значимости PR-служб и технологий связей с общественностью в органах государственной власти. Подобная ситуация обусловлена формированием новых общественных связей в современном обществе Российской Федерации и потребностью в деятельности соответствующих служб, занятых в сфере Public Relations.

Ключевые слова: связи с общественностью, государственное управление, пресс-службы, функции PR-служб, позитивный имидж.

**THEORETICAL ASPECTS OF PUBLIC RELATIONS IN THE
GOVERNMENT**

***Annotation:** The article is devoted to the assessment of the level of significance of PR services and public relations technologies in public authorities. This situation is conditioned by the formation of new social ties in modern society.*

***Keywords:** public relations, public administration, press services, functions of PR services, positive image.*

В эпоху глобализации и коммуникационной открытости извечная проблема взаимоотношений общества и власти приобретает принципиально иное качественное содержание. Одной из наиболее распространенных проблем, свойственных органам государственной власти, является их недостаточно привлекательный имидж, недостаток доверия и апатия со стороны российских граждан. В связи с этим, создание позитивного имиджа государственных органов, является важной задачей для властных структур. Процесс формирования новых общественных связей в современной Российской Федерации обусловил рост значимости технологий и служб по связям с общественностью в сфере государственного управления. Деятельность служб по связям с общественностью становится необходимой тогда, когда происходит развитие гражданского общества и возникают новые общественные институты, когда между государством и гражданами появляется тесная взаимосвязь [1].

Параллельно с этим изменениями государственная власть, ее политические институты и структуры также претерпевают значительные трансформации. Органы государственной власти осваивают технологии PR-коммуникаций, политической рекламы и ряд других современных методов общения с населением, поддерживая контакт с партнерами и оппонентами. Подобные преобразования порождают новую форму

организации власти в современном обществе - медиакратию, которая образует специфические политические отношения правящего класса и общества и создает дополнительные возможности использования государственной власти [2].

Для выработки стратегии действий и решения жизненно важных проблем в сложившихся условиях необходимо консолидировать интересы и скоординировать действия различных групп населения и организаций. Поэтому в странах с демократическим политическим режимом в качестве наиболее эффективных средств построения межгрупповых связей выступают средства и технологии связей с общественностью, которые призваны оказывать влияние как на общественность, так и на инициаторов процесса построения общественных связей. Подобные средства дают возможность оперативно и корректно включать личность в систему политических, экономических и культурных отношений, позволяя прочувствовать ему собственную значимость в политической жизни государства, тем самым, формируя позитивный образ властной структуры.

Связи с общественностью в системе государственного управления являются целенаправленным взаимодействием государственных органов с населением и общественными институтами, выступающим как информационно-коммуникативная функция публичной власти и управления, которая позволяет оценить отношения различных кругов общества к тем или иным действиям государственного аппарата. Также связи с общественностью помогают идентифицировать провозглашаемую и реально проводимую политику, соотнести осуществляемые программы с интересами общественности, сформировать массовое представление по конкретным проблемам для обретения общественного понимания, поддержки и выполнения соответствующих мер [3].

Практически каждый орган власти имеет собственные пресс-службу, пресс-центры, отделы по связям с общественностью, основными задачами которых являются оперативное информирование общества о деятельности органа государственной власти и создание его положительного образа, а также положительного имиджа главы органа и других ответственных служащих.

В качестве основных направлений деятельности PR-служб в государственном управлении выделяют следующие:

- информирование граждан и общественных институтов о принимаемых государственных решениях и о деятельности органов государственной власти;
- взаимодействие с территориями;
- мониторинг общественного мнения;
- просвещения граждан и развитие у них гражданской позиции и чувств сопричастности;
- создание положительного имиджа государственных органов, забота о паблисити руководителей и других должностных лиц.

Особенности выполняемых PR-службами функций в системе органов государственной власти определяют их организационное устройство. Практика показывает, что зачастую такие службы могут состоять из четырех подразделений:

- 1 Организационно-правовой отдел;
- 2 Информационно-аналитический отдел;
- 3 Отдел по работе с политическими партиями и общественными объединениями;
- 4 Отдел по информационным коммуникациям [1].

Объектом PR-воздействия является гражданин, желающий знать о действиях органов государственной власти различных уровней. Поэтому

каждая государственная структура с определенной регулярностью использует различные каналы коммуникации (прессу, телевидение, Интернет, радио и др.) с целью раскрытия всех аспектов своей деятельности.

В деятельности PR-служб помимо информирования применяется технология "spin doctor", заключающаяся в корректировке проблемы после того, как коммуникация начала разворачиваться в нежелательном направлении и события принимают нежелательный оборот.

Также важнейшими механизмами деятельности PR в государственном управлении выступают моделирование обратной связи, где основным каналом формирования обратной связи является работа с политическими и неполитическими общественными объединениями, и работа с символической ролью первых лиц. Для последнего механизма очень важны невербальные характеристики. Так, Т.В. Логвинова приводит статистические данные, из которых можно сказать, что мы с экрана телевизора считываем до 69% информации из жестов выступающего, и только 31% приходится на словесный ряд. В связи с этим, актерские навыки выходят на первое место: приятный тембр голоса, приятный внешний вид, умения вызывать интерес у аудитории и привлечь ее внимание; а мысли и умение говорить уходят на второй план [3].

Таким образом, процесс оптимизации связей с общественностью в системе государственного управления относится к числу ключевых условий становления современного гражданского общества. Основой задачей государственных PR-служб является создание образа эффективного и компетентного руководства, обладающего сильной властью и способного качественно решать возникающие проблемы, при этом, не противореча и не нарушая конституционные права населения страны на получение полной и достоверной информации.

Использованные источники:

1 Ветренко И.А. Политический PR в контексте государственного управления Российской Федерации // Вестник Омского университета. Серия "Исторические науки", - 2015. - №4 (8). - С. 152-157.

2 Зырянова О.Г. Связи с общественностью в органах власти как система управления общественным мнением. В сборнике: Практико – ориентированное обучение: опыт и современные тенденции. Сборник статей по материалам учебно – методической конференции, 2017. - С. 280-281.

3 Логвинова Т.В. Связи с общественностью в системе государственного управления // Ученые записки Тамбовского отделения РoCМУ, - 2015. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/svyazi-s-obschestvennostyu-v-sisteme-gosudarstvennogo-upravleniya-2> (Дата обращения 19.04.2018)