

## **Связи с общественностью в государственных структурах, 2015, № 1**

**Тыщенко, Д. Контент: эффективный механизм информирования, вовлечения и формирования лояльности ЦА / Д. Тыщенко // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2015. – № 1. – С. 6-10.**

В настоящее время многие федеральные и региональные органы государственной власти представлены в сети Интернет: это и порталы, где собрана и удобно размещена под рукой вся необходимая информация для жителей региона, веб-сайты и паблики организаций, блоги чиновников. Контент, т.е. всё то, что присутствует на сайте: текстовое содержание, изображения, аудио, видео и прочие файлы любых расширений, способствуют его функционированию и популяризации среди пользователей сети. Поэтому регулярное и интересное наполнение является одним из признаков жизнеспособности любого сайта. А в случае возможности получения обратной связи процесс коммуникации между общественностью и органами власти упрощается. При этом обратная связь не только является важным фактором общения и взаимодействия, это проясняющий и очищающий от помех и искажений элемент коммуникации, способствующий эффективному развитию органов управления государства и процветанию его населения.

**Войтенко, Э. PR-деятельность государственной пресс-службы: основные методы оценки / Э. Войтенко // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2015. – № 1. – С. 11-14.**

Общественные коммуникации являются неотъемлемой частью деловой активности любой организации, компании, ведомства. А неэффективная система связей с общественностью делает невозможным корректное и своевременное информирование общества о новых законах, акциях и услугах, важных изменениях, а также не позволяет оперативно реагировать на кризисные ситуации. При этом PR-специалист госструктуры ответственен не только за имидж своей организации в медиа-поле, его задачи гораздо шире - он обеспечивает лояльность общественности к власти, и тем самым отвечает за политическую стабильность. Рассмотрены вопросы объективной оценки эффективности PR-деятельности государственной пресс-служб, базовые направления анализа, методы и критерии оценки ее работы.

**Рейтинги регионов РФ по реализации «Майских указов» В. Путина // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2015. – № 1. – С. 15-19.**

Компания «Медialogия» подготовила медиарейтинг регионов РФ по выполнению и реализации пакета указов, подписанных президентом Владимиром Путиным в мае 2012 года.

**Что сближает людей на Крайнем Севере, или Видеопресс-конференция как средство преодоления расстояний и кризисных вызовов / Пресс-служба губернатора Ямало-Ненецкого автономного округа // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2015. – № 1. – С. 20-23.**

Территория Ямало-Ненецкого автономного округа, расположенная, в основном, за Полярным кругом, отличается своей масштабностью, удаленностью от центральной полосы России, а также недостаточно сформированной транспортной инфраструктурой и экстремальным климатом, когда частые метели и крепчайшие морозы на недели парализуют работу любого транспорта. В силу этих, далеко не полных специфических особенностей арктического региона, пресс-служба губернатора ЯНАО вынуждена искать (и находить) новые формы и методы деятельности. Об этом рассказано в данной статье.

**Лилеева, О. Хождение в народ, или Как сделать госпрограмму понятной и доступной населению (опыт Ярославской области) // О. Лилеева, С. Федоров // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2015. – № 1. – С. 24-32.**

Одним из важнейших средств реализации структурной политики социально-экономического развития государства являются целевые программы, которые сосредоточены на реализации наиболее важных для государства проектов. На сегодняшний день на федеральном уровне разработано, а в регионах активно реализуется более 50 федеральных целевых программ. Опыт продвижения на региональном рынке государственной программы РФ «Информационное общество», принятой до 2020 года, поделились специалисты креативно-коммуникационного бюро «ИдеФикс» (Ярославль).

**Кажберова, В. Особенности применения pr-технологий в медицине: теория и практика / В. Кажберова // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2015. – № 1. – С. 33-37.**

Отсутствие четко отлаженной системы коммуникаций между органами здравоохранения и общественностью, повсеместно бытующее мнение о низком качестве медицинских услуг негативно сказываются как на функционировании отдельных медучреждений, так и на развитии отрасли здравоохранения в целом, а деятельность специалистов в сфере медицины осложняется и тем, что большая часть населения изначально негативно относится к государственной системе здравоохранения. Изменить сложившуюся ситуацию призваны пресс-службы и департаменты по связям с общественностью при федеральных и региональных органах здравоохранения. В настоящее время происходит формирование основных методологических принципов функционирования PR в области охраны здоровья российских граждан, а работа над созданием нового образа отечественной медицины ведется ежедневно, но пока ограничивается просветительской деятельностью: проведением конференций, брифингов, выпуском пресс-релизов, активным сотрудничеством со СМИ и общественными организациями.

**Бутенин, А. «Рифы» и «мели» в работе пресс-служб региональных органов власти / А. Бутенин // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2015. – № 1. – С. 38-45.**

В статье описаны методы и формы оптимизации PR-деятельности пресс-службы государственной структуры, показаны отличия работы пресс-секретаря, работающего в органах государственной власти, от работы PR-специалиста коммерческой компании.

**Жаворонков, С. Способы управления общественным мнением в регионе / С. Жаворонков, А. Астафьев // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2015. – № 1. – С. 46-52.**

Гармоничное сочетание интересов организации и общества, установление благоприятных отношений между организацией и ее внешней средой – главные цели любой PR-деятельности. При этом общественное мнение фактически выступает в качестве «конечного» объекта управления – в этом заключается его роль. Потому что целевые аудитории, на которые направлено PR-воздействие, являются носителями общественного мнения. При этом многие эксперты признают, что изменить общественное мнение по какой-либо проблеме гораздо труднее, чем его изначально сформировать.

**Деркач, А. Взаимодействие пресс-службы вуза со СМИ: новые реалии / А. Деркач // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2015. – № 1. – С. 53-59.**

Количественные и качественные показатели представленности вуза в медиaprостранстве становятся весомым фактором оценки эффективности вузов, в том числе в мониторингах Министерства образования и науки. Взаимодействие со средствами массовой информации является важнейшим элементом реализации PR-стратегии вуза, без которого становится бессмысленной PR-деятельность как таковая. Стратегии коммуникационной деятельности образовательных учреждений, большей частью копируемые с аналогичных, разработанных для бизнес-структур, на практике оказываются малоэффективны. Это связано не только со спецификой деятельности высшей школы как социального института, но и с особенностями работы СМИ, динамично подстраивающихся под свою целевую аудиторию и удерживающих сегмент рекламного рынка в условиях кризиса.

**Представленность федеральных органов исполнительной власти в популярных социальных сетях // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2015. – № 1. – С. 60-68.**

Популярность в Интернете социальные сети начали завоевывать в 1995 году и с тех пор появился не один десяток аналогичных сервисов. Но настоящий бум произошел в 2003-2004 годах, когда были запущены LinkedIn, MySpace и Facebook. Создание сообществ по интересам в соцсетях дает возможность пользователям не только знакомиться, общаться, но и организациям или компаниям доносить до них новую информацию о себе, своих продуктах или услугах. Поскольку пользователи добровольно публикуют

информацию о себе, своих взглядах, интересах, предпочтениях, соцсети являются мощным инструментом маркетинговых исследований. Эксперты проекта «Инфометр» решили проанализировать процесс осваивания социальных сетей органами государственной власти.

**Наша задача – повысить доверие людей к судам... / Объединенная пресс-служба Верховного Суда Республики Калмыкия и Управления Судебного департамента в Республике Калмыкия // Связи с общественностью в государственных структурах : альманах. – 2015. - № 1. – С. 69-75**

В конце октября прошлого года Фонд свободы информации опубликовал очередное исследование официальных сайтов федеральных судов общей юрисдикции уровня субъектов, причем главный акцент был сделан на оценке наличия на сайтах судов образцов документов, используемых при обращении в суд. Актуальность этого исследования состояла в том, что именно эта информация имеет существенное значение для граждан, которым важно получить ее из официальных источников. Объектом исследования стали 85 официальных сайтов судов. Результатом мониторинга стали коэффициенты информационной открытости сайтов, значения которых изменялись от 0% (обычно означает, что сайт отсутствует) до 100% (полное соответствие сайта предъявляемым требованиям). По результатам оценки был составлен «Всероссийский рейтинг информационной открытости федеральных судов общей юрисдикции в Российской Федерации-2014», который был опубликован в пятом номере журнала и на сайте фонда ([www.infometer.org](http://www.infometer.org)).

**Томильцев, А. Оценка эффективности работы государственных и муниципальных служащих как способ формирования имиджа чиновника / А. Томильцев // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2015. – № 1. – С. 76-92.**

Соответствие действий органов власти ожиданиям и требованиям как конкретных групп населения, так и всего общества, оценивается через имидж того или иного государственного органа. Формирование позитивного имиджа государственных чиновников является необходимым условием для развития и укрепления не только государственной службы, но и улучшения функционирования, а также повышения эффективности действий госаппарата в целом. А это в свою очередь определяет степень доверия населения и признания работы органов власти обществом, диагностирует уровень поддержки обществом деятельности государственных органов, является критерием оценки эффективности проводимых государственных программ и преобразований.

**Информационная открытость сайтов органов МВД // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2015. – № 1. – С. 93-96.**

По статистике, чаще всего люди обращаются к сайтам правоохранительных органов, когда попадают в какую-то неприятную ситуацию: то ли необходимо срочно найти контакты участкового, или же нужен

образец заявления в полицию. Эксперты «Инфометра» в течение прошлого года вели аудит информационной открытости сайтов органов МВД, при этом взаимодействуя с их представителями, и в начале этого года подвели итоги. В статье опубликованы результаты этих исследований.