

Тема лекции 9 Особенности связей с общественностью в органах государственной власти.

1. Общая характеристика органов местного самоуправления.

2. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления. Организация PR-деятельности в администрации государственного образования.

1. Местное самоуправление – деятельность, осуществляемая населением непосредственно, а также через маслихаты и другие органы местного самоуправления, направленная на самостоятельное решение вопросов местного значения под свою ответственность, в порядке, определяемом настоящим Законом, иными нормативными правовыми актами.

✓ Местное самоуправление (МСУ), связанное с государственным управлением (ГУ), является продолжением реализации контроля со стороны государства за местными делами;

✓ в управлении делами на местах участвуют не только высокопоставленные *государственные служащие*, но и местные общины и их представители;

✓ Местное самоуправление имеет разную степень независимости

✓ Маслихат - выборный орган, избираемый населением области, города республиканского значения и столицы или района (города областного значения), выражающий волю населения и в соответствии с законодательством Республики Казахстан определяющий меры, необходимые для ее реализации, и контролирующий их осуществление;

✓ МЕСТНОЕ СООБЩЕСТВО –

✓ совокупность жителей (членов местного сообщества), проживающих на территории соответствующей административно-территориальной единицы, в границах которой осуществляется местное самоуправление, формируются и функционируют его органы.

✓ МЕСТНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ может рассматриваться как особый, специфический уровень исполнительной и представительной власти, который, с одной стороны, участвует в осуществлении воли государства, а с другой- наиболее полно учитывает интересы населения

2. В органах местного самоуправления PR-деятельность имеет свою специфику. В первую очередь, это связано с тем, что цели PR, которые ставятся местной властью, и управления отличаются от целей коммерческих и некоммерческих организаций. Среди них можно выделить:

– информирование граждан о городской политике, которая проводится органами местного управления;

– изучение общественного мнения горожан при принятии решений;

– формирование позитивного имиджа городской власти и её руководителя;

– пропаганда здорового образа жизни, гражданской гордости горожанина, формирование гражданской ответственности.

Основные направления связей с общественностью в органах местного самоуправления можно сформулировать следующим образом: установление, налаживание, поддержание, развитие контактов с гражданами, социальными группами и организациями. Органы местного управления должны опираться на действенные механизмы получения обратной связи с населением. К наиболее действенным механизмам относятся: обеспечение выборного процесса, проведение опросов граждан, публичные слушания, социальная наружная реклама и др.

Информирование местной общественности о существе совершаемых действий и принимаемых решений. В практике тике работы местного самоуправления службы по связям с общественностью, как правило, основное внимание уделяют регулярной информационной деятельности, то есть оперативному информированию общественности о текущей деятельности и принимаемых решениях местных органов власти, о планах и перспективах их реализации. В большинстве случаев для этого используются наружные средства информации (стенды, афиши, доски объявлений) и возможности местных СМИ (районных, городских газет, радиостанций, кабельных телеканалов). В настоящее время в реализации информационной политики местной власти активно и эффективно используются интернет - коммуникации, в первую очередь блоги, официальные сайты.

У сети Интернет имеется огромный потенциал для реализации функции информирования граждан о местных проблемах и путях их решения.

Для обеспечения открытости органов местного самоуправления используют такие возможности Интернета:

- создание официальных сайтов, на которых размещается исчерпывающая информация о структуре управления, программах развития и текущей деятельности;
- проведение открытого диалога с населением с помощью публичного обсуждения местных проблем;
- распространение в открытом доступе информации о мероприятиях и готовящихся к принятию решений;
- публикация отчётов о работе с обращениями граждан;
- проведение социологических исследований об удовлетворённости населения уровнем открытости данных и др.

Формирование имиджа местного самоуправления, через организацию и проведение различных городских мероприятий: выставок, праздников, дней поселений, встреч с населением, наружной рекламы и др.

Организация и проведение массовых публичных мероприятий – субботников по благоустройству, экологических мероприятий и др.

Можно выделить основные принципы, в рамках которых должна осуществляться деятельность в области связей с общественностью в органах местного самоуправления:

1) системность. Деятельность специалистов по связям с общественностью представляется собой систему успешно апробированных приёмов, методов и процедур взаимодействия с общественностью;

2) адекватность. Это соответствие структуры службы по связям с общественностью, предмета и технологий её деятельности поставленным перед организацией целям и задачам;

3) мобильность. Возможность структуры изменяться и корректировать направления работы в условиях появления новых факторов и обстоятельств. В органах местного самоуправления, как показывает анализ, созданы различные структуры по управлению связями с общественностью. В небольших по численности населённых пунктах эти обязанности выполняют аппараты управления.

В более крупных образованиях создаются пресс-службы, главное назначение которых – работа с медиа - сообществом и в интернет - среде. В городских округах наряду с пресс-службами созданы аналитические отделы по связям с общественностью, отделы по работе с социально ориентированными некоммерческими организациями, по связям с национальными и религиозными организациями и ряд др.

Пресс-служба – одно из важнейших подразделений службы по связям с общественностью, нацеленное на решение информационной политики организации. Она решает следующие задачи:

- установление и поддержание постоянного взаимодействия со средствами массовой информации;

- отражение в СМИ будничной деятельности организации;

- публичное разъяснение решений и действий организации;

- позиционирование (популяризация) организации в имиджевом аспекте;

- организация и проведение пресс - конференций и брифингов;

- организация и распространение проблемно-аналитических материалов по актуальным вопросам деятельности организации;

- организация публичных выступлений и выступлений в СМИ руководства;

- ведение корпоративного и официального сайтов (самостоятельно или совместно с информационно-аналитическим подразделением);

- мониторинг СМИ;

- противодействие негативной информации СМИ в адрес организации.

Отдел по связям с общественностью, работа которого всецело направлена на решение задач имиджевой политики организации и работе с гражданами. Он выполняет следующие задачи:

- организация контактов, коммуникаций и должного взаимодействия с органами государственной власти;

- организация контактов, коммуникаций и должного взаимодействия с общественными организациями, творческими и профессиональными союзами, спортивными обществами, религиозными конфессиями в тех

случаях, когда установление и поддержание таких связей отвечает интересам организации;

- организация и проведение гражданских форумов, презентаций, конференций, круглых столов, симпозиумов, выставок и иных специальных событий;

- взаимодействие с СО НКО;

- реализация инициатив гражданского общества;

- работа с гражданами;

- осуществление внутрикорпоративной работы и др. Структура управления по работе связей с общественностью в местном управлении свидетельствует о том, что отделы работают в непосредственном взаимодействии, дополняя друг друга.

Контрольные вопросы:

1. Общая характеристика органов местного самоуправления.

2. Специфика связей с общественностью в органах местного самоуправления.

3. Организация PR-деятельности в администрации государственного образования.