

УДК 351

ИССЛЕДОВАНИЯ В PR. ИНФОРМАЦИОННЫЙ АУДИТ И СОСТАВЛЕНИЕ МЕДИАПОРТРЕТА ГОСУДАРСТВЕННОГО СЛУЖАЩЕГО

Кобылин В.М., магистрант гр. МУМ-201, I курс
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева,
г. Кемерово

Резко растущее влияние информационных процессов на общественный прогресс всё актуальнее определяет вопрос научного изучения такого сложного и разнообразного общественного и одновременно правового феномена, как связи с общественностью. В настоящее время информационный фактор занимает ключевое значение в правовом пространстве. Это связано со стремительным развитием информационных систем и технологий, которые всесторонне воздействуют как на индивидуальное, так и на массовое сознание. В связи с чем, связи с общественностью являются ведущим информационным источником современного общества. «Думается, что в органах исполнительной власти информационное обеспечение посредством связей с общественностью выполняет двуединую задачу: с одной стороны, оно содействует выражению интересов общества, стимулирует вовлечённость граждан в процесс управления, предотвращает и разрешает социальные конфликты, координирует и гармонизирует отношения власти и общества, а с другой, способствует изменению самой власти, делает её открытой и более реагирующей»[3].

«Основной отличительной особенностью связей с общественностью в органах государственной власти является то, что ее деятельность напрямую связана с деятельностью государственного аппарата. PR-отделы должны опираться на принципы тех государственных структур, в которых они работают»[3]. «Еще одной особенностью является то, что в своей работе связи с общественностью в органах власти выражают интересы не одной или двух целевых аудиторий, а всей страны, ее граждан или отдельной ее части»[3]. «Это возлагает большую ответственность на деятельность PR-специалистов»[3]. «Если в коммерческой деятельности ошибка в PR работе может стоить потере прибыли, то в государственных органах это может привести к негативным реакциям во всем обществе, что в дальнейшем будет сложно исправить»[3]. «Для государственных отделов PR характерен особый стиль общения со СМИ, это связано в первую очередь с желанием общества знать все о деятельности органов власти»[2]. «Решения частных компаний не так часто обсуждается в прессе, как решения государственных структур»[2].

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»[5].

Современное управленческое решение принимается, как правило, на основе информации, полученной из самых разных источников. «И одним из важнейших источников такой информации являются средства массовой информации как современные производственные комплексы по поиску, сбору, созданию и транслированию информации»[7]. Не менее важной задачей для органов власти является информирование населения о принимаемых решениях и о своей деятельности. «Средства массовой информации в данном случае обеспечивают для органов власти надежный и устойчивый канал социальной коммуникации с населением, в том числе и информируя людей»[8]. Жизнь в информационном обществе также требует постоянного отслеживания информации о последствиях принятых решений. Очень часто эффективность решений напрямую зависит от поддержки решения общественным мнением. «Главная цель PR-деятельности органов власти сегодня - координировать общественные отношения между всеми субъектами социальной деятельности»[6]. Остается понять, как это сделать, имея в распоряжении весь тот опыт, который накоплен PR-специалистами за более чем столетнюю практику. «Государственным и муниципальным служащим приходится решать двойственную задачу: с одной стороны, они сами являются потребителями медиапродукции; с другой стороны, как специалисты с области управления, должны воспринимать и оценивать медиaprостранство с профессиональной точки зрения»[1].

«Информационные инструменты: корпоративные издания, телевидение, сайты (информационные порталы), корпоративные социальные сети, стенды, листовки, плакаты, радио, обращения первых лиц, рассылки, корпоративная библиотека» [4].

В сфере психологии под медиапортретом понимается углубленный анализ проблем, которые связаны с формированием имиджа объекта в информационной среде. Результаты подобного анализа служат «готовым тренингом» для первых лиц компании или другого объекта и позволяют скорректировать модель публичного поведения [6].

Если говорить о медиапортрете государственного служащего, то можно привести пример государственного гражданского служащего в Правительстве Кузбасса. Роль государственного служащего в Правительстве велика. К нему обращаются люди за помощью, он должен выглядеть презентабельно, его речь должна быть грамотной, он должен быть лояльным, внимательным и учтивым. То, что показывают по новостям, не совсем соответствует описанным выше нормам. Обычно государственные служащие хоть и презентабельно выглядят, но их манеры, речь не слишком хорошо поставлены. Люди видят с экранов телефонов (Instagram, Вконтакте) красивую обложку, часто презирают за это.

Имидж государственного гражданского служащего не высокого уровня из-за их высокомерия, неучтивости и нежелания помочь тем, кто обращается к ним.

Я согласен с позицией, что государственные служащие сами и потребители медиапродуктов, и профессионалы, которые должны оценивать медиапространство. К сожалению, не все государственные служащие это понимают и осознают. Надеюсь, что все таки государственные структуры начнут прогрессировать в медиа-сфере.

Список литературы

1. Востриков К.В. Государственная служба. Кемерово, 2017.
2. Востриков К.В.. Институт государственной службы: становление, социально-политические характеристики. диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук / Кемеровский государственный университет. Кемерово, 2003.
3. Востриков К.В. Институт государственной службы. К. В. Востриков ; М-во образования и науки Российской Федерации, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования "Кемеровский гос. ун-т". Кемерово, 2010.
4. Востриков К.В. Институт государственной службы. учебное пособие / К. В. Востриков ; М-во образования и науки РФ, ГОУ ВПО "Кемеровский гос. ун-т". Кемерово, 2007.
5. Демчук Н. В. «Медиаобразование будущих государственных и муниципальных служащих», 2016г.
6. Игнатова А.В. Сущность, задачи и функции связей с общественностью в исполнительных органах государственной власти РФ, 2017г.
7. Красиков В.И., Овчаров А.А., Золотухин В.М., Казаков Е.Ф., Чирун С.Н., Востриков К.В. Этюды социальной (культурной) антропологии. Кемерово, 2007.
8. Логвинова Т.В. Связи с общественностью в системе государственного управления // Ученые записки Тамбовского отделения РосМУ, - 2015.