Содержание

Введение

1. Функции пресс-служб и содержание PR-технологий в системе связей с общественностью в органах местного самоуправления

* 1. Сущность, назначение и основные понятия связей с общественностью и PR-технологий

1.2 Функции, задачи PR- и пресс-служб в органах местного самоуправления. Особенности организации внешнего и внутреннего PR

1.3 Виды PR-технологий применяемых в муниципальном управлении

2. Анализ деятельности пресс-служб муниципальных образований и применение ими PR-технологий

2.1 Опыт применения PR-технологий и учет общественного мнения пресс-службами муниципальных образований в современной России

2.2 Анализ учета общественного мнения, деятельности пресс-служб и применение PR-технологий в муниципальных образованиях Республики Татарстан

2.3 Сравнительный анализ деятельности пресс-служб в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район" и муниципальном образовании "Город Набережные Челны" Республики Татарстан

3. Рекомендации по усовершенствованию работы пресс-служб и применения PR-технологий в муниципальных образованиях

3.1 Зарубежный и отечественный опыт организации работы пресс-служб и применения PR-технологий в органах местного самоуправления

3.2 Особенности организации работы Отдела по работе со средствами массовой информации и проблемы применения PR-технологий в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район"

3.3 Рекомендации по улучшению работы пресс-служб и применению PR-технологий в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район" Республики Татарстан

4. Программное обеспечение выпускной квалификационной работы

4.1 Обоснование социальной значимости внедрения разработанных мероприятий

4.2 Математическое и статистическое обеспечение выпускной квалификационной работы

4.3 Правовое обеспечение выпускной квалификационной работы

4.4 Социологическое обеспечение выпускной квалификационной работы

4.5 Компьютерное обеспечение выпускной квалификационной работы

Заключение

Список использованных источников

**Введение**

*Актуальность.* В начале XXI века резко изменилось отношение к связям с общественностью. Директивный вариант иерархической связи с общественностью, при котором роль получателя информации занижена, сменяется новым, демократическим, когда потребитель информации перемещается с пассивных на активные позиции. Лауреат Нобелевской премии Д. Гэлбрейт так охарактеризовал этот феномен: "Человек хочет быть услышанным". Прямая связь дополняется обратной, резко повышающей роль получателя информации.

В значительной степени это обусловлено тем, что происходит переосмысление человеческого фактора, осознается его важная роль в экономическом, политическом и духовном развитии общества. Постепенно происходит отказ от парадигмы социальных отношений, основанной на модели "руководства и подчинения", доминирующие позиции завоевывает модель "партнерства". Это в свою очередь ставит проблему открытого функционирования органов связей с общественностью и, прежде всего на уровне муниципального управления, а также доступности органов местного самоуправления для диалога с населением [1, с. 6].

Установление связей между местными органами власти и общественностью способствует созданию внешней и внутренней среды, благоприятной для эффективного муниципального управления, что, в свою очередь, служит проводником обратной связи во властно-управленческих отношениях. Социально-коммуникативные отношения, складывающиеся в процессе связей с общественностью у организационных структур, в том числе и муниципальных, уже давно стали значимой сферой деятельности наиболее социально развитых стран, насчитывая уже почти вековую историю. Аббревиатура "PR", или в русской транскрипции "ПР", – англо-американское наименование деятельности государственных и муниципальных органов власти, организаций и учреждений, направленной на установление, упорядочение и развитие связей с общественностью в целях достижения взаимопонимания и взаимодействия [2, с. 169].

Связи с общественностью в понимании термина "PR" возникли из функциональной потребности найти такой способ социальной коммуникации, при котором субъект и объект государственного управления существовали бы не как разнополюсные, подчас антагонистически разделенные субстанции, а как взаимосвязанные участники общественных отношений. Неуклонное возрастание значения "PR" – мировая тенденция. Поэтому связи с общественностью, которые уже прочно оформились в западных странах как сфера знаний и область деятельности, получают обоснованное распространение и на жизненном пространстве российского государства [2, с. 167].

Сегодня в России усиливается роль и ответственность государства за повышение жизненных стандартов и социальных возможностей. Вместе с тем наша недавняя история показывает, что отсутствие объективных, эффективных и взаимовыгодных связей с общественностью может привести в будущем к высокой социальной напряженности, конфликтности, непредсказуемости событий. Острота проблемы обусловливается также высокой динамичностью информационных процессов именно на стыке взаимодействия между организациями и населением, поиском новых коммуникативных связей и методов социального управления, способствующих обеспечению эффективного взаимодействия между властью и обществом для выявления и реализации интересов и потребностей различных социальных групп [3, с. 49].

*Степень разработанности.* "Роль пресс-служб и перспективы применения PR-технологий в муниципальном управлении" – мало изученная тема, и связано это во многом с российской политической историей. Отсутствие в советское время служб пресс-служб, служб по связям с общественностью в структуре органов власти как специфического социально-политического института стало причиной того, что до начала 90-х годов прошлого века в отечественной общественной мысли практически не разрабатывались вопросы, связанные с функционированием этих служб и проблемами осуществления PR-деятельности.

В то же время очень много специфических теоретических и практических наработок ученых Соединенных Штатов Америки и Западной Европы.

Значительный вклад в теорию и практику паблик рилейшнз внес Э. Бернайс, племянник 3. Фрейда. В 1923 году вышла первая книга Э. Бернайса "Кристаллизация общественного мнения", в которой он обозначил PR как деятельность по управлению известностью. Позднее Бернайс определил PR как область действий, занимающуюся взаимодействиями между личностью, группой, идеей или другой единицей общественности, от которой она зависит [1, с. 9].

Один из видных теоретиков PR – Сэм Блэк, на основе его трудов написаны многие учебные издания, он сформулировал ставшее классическим определение PR – "это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности" [4, с. 7].

Одним из отцов современных PRназывают Айви Ли – американского журналиста, обратившегося к PR-практике в 1903 году. Он опубликовал "Декларацию о принципах", своего рода первый моральный кодекс профессии [5, с. 20].

Видными теоретиками PR и связей с общественностью также являются Карл Хундхаузен и Альберт Оэкл. К. Хундхаузен рассматривал PR как инструмент интерпретации и интеграции. Оэкл в центре своей теории ставит достижение при помощи паблик рилейшнз консенсуса и формирование мнения, выражаемого большинством [6, с. 245].

Также нужно отметить ученых, исследователей и авторов многочисленных учебных пособий: Ф. Китчен, П. Фрейзер. К. Вилер, в частности, изучал организацию эффективной коммуникации на местном уровне и имидж местной власти.

Российская же научная школа паблик рилейшнз сформировалась в Петербурге, на базе факультета журналистики Санкт-Петербургского университета. Этот факт признан профессиональным сообществом: весной 2002 года президентом Российской ассоциации по связям с общественностью избрана профессор этого университета М. А. Шишкина. Она считает, что целью связей с общественностью "является формирование эффективной системы коммуникаций социального субъекта с его общественностью, обеспечивающей оптимизацию социальных взаимодействий со значительными для него сегментами среды" [7; с. 9].

Для написания выпускной квалификационной работы важными для изучения явились учебные пособия доктора философских наук, профессора Комаровского В.С, им изучаются управление общественными отношениями в государственном управлении. Кроме этого, в учебных пособиях по PR и связям с общественностью отечественных авторов раскрыты многие аспекты организации пресс-служб, проведение PR-мероприятий – это прежде всего труды следующих авторов: А. Дюк, И. Василенко, Е.Г. Калиберда, Е.Н. Пашенцев, Г. Почепцов. Дюк изучает работу пресс-служб и организацию PR-мероприятий в муниципальном управлении города Обнинск, Е. Пашенцев и Г. Почепцов рассматривают PR в различных сферах общества: политике, экономике.

Все же, даже при большом ассортименте учебных пособий по PR, нет литературы, раскрывающей применение PR-технологий, эффективность организации PR- и пресс-служб в органах местного самоуправления. Научные статьи, посвященные этой сфере применения PR, начали появляться в специализированной литературе для муниципальных служащих и должностных лиц органов муниципального образования.

При написании выпускной квалификационной работы были использованы журналы: "Государственная власть и местное самоуправление", "Городское управление", "Муниципальная власть", "Государство и право". Также была применена литература для менеджеров: "Проблемы теории и практики управления", "Менеджмент", "Маркетинг".

Тема выпускной квалификационной работы предполагает рассмотрение деятельности пресс-служб и применение PR-технологий, в том числе, в аспекте их соответствия нормам права нашего государства. В связи с этим, одну из групп источников исследования составляют нормативные акты и другие источники норм права Российской Федерации. Прежде всего, это: Конституция Российской Федерации, Федеральный закон "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации", Федеральный закон "О рекламе" и другие.

Автор для рассмотрения проблематики, связанной с деятельностью пресс-служб и специалистов по связям с общественностью, провел достаточно глубокий анализ материалов, публикуемых в печатных периодических изданиях, других средствах массовой информации (просмотр телепрограмм), а также в Интернете.

Проблема связей с общественностью – одна из центральных в деятельности субъектов и объектов коммуникационно-управленческих отношений. Роль этих связей в социальной жизни общества сравнима со значением кровообращения для функционирования человеческого организма. Связи с общественностью представляют собой процессы передачи, обмена информацией и принятия решений, которые структурируют эти взаимоотношения. Разумеется, они не являются единственным фактором, определяющим деятельность субъектов и объектов коммуникационно-управленческих отношений. Наряду с ними существенное значение имеют экономическое развитие, политические отношения, духовные ценности и многое другое. Однако связи с общественностью на сегодняшний день наименее изучены и нуждаются в обстоятельном исследовании [1, с. 7].

Современная информационно-коммуникативная действительность требует новых подходов к ее изучению и соответственно новых методов и критериев оценки связей с общественностью. В данной работе автор проводит систематизацию теоретических материалов, практических наработок отечественной и зарубежной практики, касающиеся теории связей с общественностью, роли отделов пресс-служб в структуре муниципального образования.

*Объект* – деятельность пресс-служб в структуре местных органов власти; PR-технологии, применяемые на муниципальном уровне.

*Предмет –* особенности и проблемы эффективной организации и деятельности пресс-служб муниципальных образований; перспективы применения PR-технологий в деятельности местных органов власти.

*Цель* – проанализировать роль пресс-службы в муниципальном образовании и выявить перспективы развития PR-технологий.

*Задачи:*

– изучить функции пресс-служб и содержание PR-технологий в системе связей с общественностью в органах местного самоуправления.

В рамках этой задачи, необходимо:

1) установить сущность, назначение и основные понятия связей с общественностью и PR;

2) описать функции, задачи PR- и пресс-служб в органах местного самоуправления. Определить особенности организации внешнего и внутреннего PR;

3) выявить виды PR-технологий применяемых в муниципальном управлении.

– проанализировать деятельность пресс-служб муниципальных образований и опыт применения ими PR-технологий.

В рамках этой задачи, необходимо:

1) изучить опыт применения PR-технологий и учет общественного мнения пресс-службами муниципальных образований современной России;

2) проанализировать деятельность по учету общественного мнения, работы пресс-служб и применение PR-технологий в муниципальных образованиях Республики Татарстан;

3) сравнить деятельность пресс-служб и применение PR-технологий в муниципальных образованиях "Нижнекамский муниципальный район" и муниципальное образование "Город Набережные Челны".

– разработать рекомендации по усовершенствованию работы пресс-служб и применения PR-технологий в муниципальных образованиях.

В рамках этой задачи, автором были изучены:

1) зарубежный и отечественный опыт организации работы пресс-служб и применения PR-технологий в органах местного самоуправления;

2) особенности и проблемы применения PR-технологий в органах местного самоуправления;

3) даны рекомендации по улучшению работы пресс-службы и применению PR-технологий в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район".

– описать программу мер по обеспечению выпускной квалификационной работы.

*Методологическая база.* Выбор методологического подхода к исследованию оказывает самое существенное влияние на процесс его проведения и результативность, так как от этого во многом зависит направленность исследовательской работы [8, с. 95].

В работе используется сравнительно-исторический подход, который в частности позволяет нам выявить общее и особенное в развитии PR в России и в зарубежной практике. С помощью этого подхода в работе рассматриваются исторические ступени развития муниципального управления, формирование демократических способов участия населения в управлении городом и другое.

**Процессный подход** известен применительно к управлению в целом. Он рассматривает управленческую деятельность как непрерывное выполнение комплекса определенных взаимосвязанных между собой видов деятельности и общих функций управления. Исходя из задач и принципов муниципального управления основными функциями деятельности служб по связям с общественностью на уровне муниципальных образований можно считать:

– обеспечение гласности, открытости в работе органов местного самоуправления и должностных лиц местного самоуправления;

– информирование местного сообщества;

– формирование благоприятного имиджа органов и должностных лиц местного самоуправления в глазах общественности;

– анализ и прогнозирование общественно-политической процесса в муниципалитете;

– установление партнерских отношений с гражданами их объединениями;

– содействие сотрудничеству граждан и их объединении с органами местного самоуправления в разработке, реализации программ и решений, а также осуществлению общественного контроля;

– формирование у населения чувства причастности к управлению территорией, корпоративного духа, гражданской позиции [9, с. 164].

**Системный подход** предполагает, что объект исследуется как целостная совокупность составляющих его подсистем, элементов и во всем многообразии выявленных свойств и связей внутри объекта, а также между объектом и внешней средой. Рассмотрим связи с общественностью как некоторую целостность – систему, состоящую из относительно обособленных взаимодействующих и взаимосвязанных между собой элементов и подсистем с особыми специфическими свойствами.

Связям с общественностью как открытой многоцелевой системе характерны, имеющие определенные "рамки" управляющей и управляемой подсистем, взаимодействующие между собой внутреннюю среду и внешнюю среду, внешние и внутренние цели, подцели каждой из подсистем, стратегии достижения целей; при этом изменение в одном из элементов системы вызывает изменения в других элементах и подсистемах, что основывается на диалектическом подходе к взаимосвязи и взаимообусловленности всех явлений в природе и обществе.

Также системный подход позволяет всесторонне изучить не только отдельные свойства взаимодействующих и взаимосвязанных между собой компонентов системы, ее внутренней и внешней среды, но и генерируемых при этом новых синергетических свойств, обладающих новыми качествами, а также всей совокупности параметров и показателей функционирования системы в динамике, что требует исследования внутриорганизационных процессов адаптации, саморегулирования, самоорганизации, прогнозирования и планирования.

Одним из основных методов в работе стало использование метода **изучения документации,** основанного на изучении документации. Информация, используемая в исследовании, обладает: достоверностью; своевременностью; достаточностью; доступностью для восприятия; понятностью для восприятия; лаконичностью; экономичностью. Это, прежде всего отчеты о деятельности Управления по связям с общественностью муниципального образования "Город Набережные Челны" за 2004, 2005, 2006 годы и отчеты о работе Отдела по работе со средствами массовой информации муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" за 2004, 2005 и 2006 годы.

Автором был также использован **метод сравнения,** представляющий собой способ сопоставления исследуемых объектов, для их последующей классификации, упорядочения и оценки. Он позволяет в зависимости от цели исследования определять различия или общность исследуемого объекта с аналогом. В работе приводятся следующие сравнения: управление связями с общественностью в различных муниципальных образованиях России, сравнение этапов исторического развитие PR в западных и отечественных муниципальных образованиях.

В настоящее время одной из важнейших категорий, составляющих методологическую базу исследования является **системный анализ**. Задачи анализа как метода исследования, включают: определение тенденций и показателей, характеризующих состояние и динамику изучаемого объекта и элементов, его составляющих; сравнение численных значений показателей со значениями другого периода, другого объекта, с нормативным уровнем; формулирование выводов.

*Научная новизна и практическая значимость.* Современный период России стал временем активного развития рыночной экономики и правового государства. И то, и другое, вживаясь в наш упрощенно-советский менталитет, потребовало новых отношений как между людьми в обществе, так и между государством и этим обществом. Эти отношения потребовали грамотных посредников, которыми выступают сегодня специалисты пресс-служб и специалисты по связям с общественностью – люди, чья деятельность носит короткое и звучное название "PR". Впрочем, содержание и технологии этой деятельности многим нашим согражданам, к сожалению, не знакомы до сих пор [10, с. 40].

Автор выпускной квалификационной работы, путем тщательного изучения роли пресс-служб, PR-технологий в муниципальных образованиях Российской Федерации, стремился сделать шаг навстречу полного и глубокого анализа этой актуальной проблемы. Научных исследований по этой теме немного, но перспективы ее изучения широки. В настоящее время проявляется заинтересованность теоретиков, практиков, изучающих эту проблему, работающих в сфере связей с общественностью в системе муниципального управления. На базе различных учебных заведений проходят конференции по этой теме, проводятся "Дни PR".

Конституция Российской Федерации предоставляет населению право на организацию местного самоуправления [11]. В 1998 году Россия ратифицировала Европейскую хартию местного самоуправления [12], являющаяся средством удовлетворения насущных потребностей граждан, воплощением форм национально-культурного развития и поддержания политической и социальной стабильности в обществе. Местное самоуправление – это форма народовластия, основной признак демократического строя, гражданского общества. Реальная жизнь людей на 3/4 связана с местным самоуправлением, поэтому оно – самая близкая к человеку власть, постоянно решающая множество вопросов в интересах населения. По тому, насколько эффективно действует местное самоуправление, судят о дееспособности государства в целом. Поэтому так важен авторитет этого звена власти [13, с. 284].

Непрерывность двусторонних информационных контактов (местные органы власти и общественность) необходима для мониторинга и прогнозирования событий в меняющихся условиях социального бытия, для своевременной и адекватной реакции на происходящее и оказания должного управляющего воздействия. В системе муниципального управления тем самым действует своеобразный механизм "раннего оповещения" об опасности (назревающих конфликтах, кризисах), помогая предотвратить нежелательные социальные последствия [2, с. 169].

*Структура выпускной квалификационной работы.* Структура выпускной квалификационной работы обусловлена целью, задачами, внутренней логикой исследуемой проблемы. Она состоит из введения, четырех разделов, заключения и списка литературы.

Во введении обосновывается актуальность избранной темы, раскрывается степень ее научной разработанности, определяются цели и задачи исследования, характеризуются методологические основы анализа проблемы, а также теоретические источники и эмпирические данные. В ведении выпускной квалификационной работы выделяется новизна и практическая значимость исследования.

В первом разделе –"Функции пресс-служб и содержание PR-технологий в системе связей с общественностью в органах местного самоуправления", автором работы рассматривается сущность, содержание, специфика деятельности пресс-служб органов муниципальной власти и управления; анализируется виды и содержание PR-технологий, применяемых на уровне муниципального образования.

Во втором разделе выпускной квалификационной работы – "Анализ деятельности пресс-служб муниципальных образований и опыт применения ими PR-технологий", раскрываютсяособенности функционирования пресс-служб, применения PR-технологий в муниципальных образованиях современной России, республики Татарстан, а также дается сравнительный анализ эффективности работы и применения PR-технологий пресс-службами муниципальных образований "Нижнекамский муниципальный район" и "Город Набережные Челны".

В третьем разделе – "Рекомендации по улучшению работы пресс-служб и применению PR-технологий в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район", автором работы рассматривается зарубежный и отечественный опыт эффективной деятельности пресс-служб и на основе этого, даются рекомендации для муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район".

Четвертый раздел – "Программа мер по обеспечению выпускной квалификационной работы" содержит в себе социальную значимость внедрения разработанных мероприятий, математическое, правовое, компьютерное и социологическое обеспечение.

В заключении обобщаются основные теоретические выводы исследования, на основе которых выделяются основные пути оптимизации деятельности пресс-служб муниципальных органов управления, применения PR-технологий, автором изложены аспекты проблемы, которые остались неизученными.

1. Функции пресс-служб и содержание PR-технологий в системе связей с общественностью в органах местного самоуправления

1.1 Сущность, назначение и основные понятия связей с общественностью и PR-технологий

Одной из основных проблем технологии управления муниципальным образованием являются прямые и обратные связи между населением и органами местного самоуправления. Этому вопросу в последнее время уделяется большое внимание, как впрочем, и многим другим проблемам местного самоуправления в России. Связано это с тем, что в настоящий момент именно на уровень муниципальных образований возлагаются большие надежды по возрождению нашей страны, поскольку местное самоуправление является одной из конституционных основ государственного строя Российской Федерации[14, с. 139].

Продолжением проблемы информационного взаимодействия между населением и органами местного самоуправления является не только вопрос открытости власти, но и проблема гражданского участия в самоуправлении жителей территории, а значит, и вопрос возможностей социально-экономического развитии всего государства в целом[15, с. 14].

Главная особенность преобразований в системе государственного и муниципального управления связана с новым прочтением проблем демократии, участия граждан и их объединений в государственном и муниципальном управлении не только на уровне обсуждения уже принятых решений, общего выражения "доверия – недоверия" к структурам власти через систему выборов, референдумов и голосования, но и в повседневной управленческой деятельности, процессах принятия и реализации решений, в которых каждая из сторон использует свои ресурсы и несет свою долю ответственности [16, с.106].

Органы местного самоуправления как субъекты управления определяют, разрабатывают и обеспечивают реализацию политики местного жизнеобеспечения и развития, население же подчиняется решению властей, встраивается в систему определенных отношений, реагирует и влияет (или не влияет). Обратная связь – это оформленная реакция населения на проводимую политику, действия или бездействие органа власти, доведенные до его (органа власти) сведения[14, с. 140].

Постоянный диалог, конструктивное сотрудничество между органами власти и гражданами, их объединениями, гражданским обществом становятся в современном мире повседневной реальностью. Разумеется, это сотрудничество – прежде всего, предполагает совместный поиск взаимоприемлемых решений, взаимные уступки и не исключает периодические стычки, конфронтации сторон [16, с. 106].

Установление эффективных связей с общественностью – неотъемлемая часть современного стиля управления в государственных организациях и местных органах власти. Основная задача "паблик рилейшнз" – формирование общественного мнения по широкому спектру проблем, касающихся деятельности правительства и местных органов власти, развития экономики, изменения межгосударственных отношений, а также проведение соответствующих исследований и сбор статистических данных [17, с. 39].

В развитом механизме прямой связи (от властных структур к народу) должны быть заинтересованы сами граждане, чтобы быть в курсе дел своей территории (ведь, в конечном счете, все это прямо или косвенно касается каждого гражданина лично). Если население проинформировано, то оно адекватно воспринимает политику администрации муниципальных образований, все ее управленческие решения и способы их реализации. Жители муниципального образования понимают, что муниципальные служащие занимаются конкретным делом, кроме того, знают, куда расходуются денежные средства налогоплательщиков. Причем, в адекватном восприятии политики администрации населением заинтересованы и сами органы власти[18, с. 41].

Обратная связь(от населения к власти) позволяет населению информировать власть о своих проблемах, проблемах территории, реагировать на действия властей, давать оценку их деятельности и предлагать свои пути решений. Такая связь необходима властным органам для более точной оценки потребностей и настроений населения, разработки и принятия более адекватных местной территории и населению управленческих решений, полной и успешной их реализации на практике. Хорошо налаженная обратная связь позволяет также вовремя скорректировать политику уже в процессе ее реализации. Кроме того, этот механизм позволяет снизить уровень социального напряжения, избежать многих конфликтов между властью и населением, так как взаимопонимание и взаимоуважение в этом случае находятся на более высоком уровне[14, с. 141].

Бытует мнение, что PR относятся либо к управлению фирмой, либо к политике, либо к предвыборным кампания. Но связи с общественностью характерны и для системы местного самоуправления, муниципального управления, поскольку этот уровень управления наиболее приближен к населению, его группам. Именно на этом уровне происходит открытое ежедневное общение органов и должностных лиц местного самоуправления с общественностью [9, с. 159].

Возникновение PR как профессиональной деятельности было обусловлено законами, традициями и потребностями общества; наконец, его подготовленностью к восприятию PR. Как средство воздействия на общественное мнение, пусть и не сформулированное в каком-то термине, эта деятельность существует с давних времен. Еще античные Греция и Рим с Древней Русью оставили доказательства попыток целенаправленного влияния на общественность. А вот как сформированная и оформленная в профессиональную сферу, эта деятельность появилась в США. Считается, что термин PR первым употребил президент Томас Джефферсон в послании к Конгрессу в 1807 году. Есть и иная версия, по которой авторство этого термина отдается тоже американцу Дорману Идону и датируется 1882 годом. Но в любом случае появление PR связано с общественной практикой Соединенных Штатов Америки, где демократические принципы и развитость гражданского общества предполагают широкую осведомленность народа о происходящих в стране событиях и фактах общественной жизни. В авторитарных же обществах средством воздействия на общественность, как правило, служат пропаганда или методы прямого принуждения [19, с. 11].

Специалисты насчитывают сегодня свыше 500 определений понятия "паблик рилейшнз" [20, с. 40]. По мнению известного ученого Сэма Блэка, "лучшим из ныне существующих определений является мексиканское заявление, с которым представители более чем 30 национальных и региональных ассоциаций PR выступили в Мехико 11 августа 1978 года: "PR – это искусство и наука анализа тенденций, предсказания их последствий, выдачи рекомендаций руководству организаций и осуществления программ действий в интересах и организаций, и общественности" [6, с. 244].

Кроме того, Сэм Блэк приводит объяснение термина "Public Relations", содержащееся в международном словаре Уэбстера: это "содействие установлению взаимопонимания и доброжелательности между личностью, организацией и другими людьми, группами людей или обществом в целом посредством распространения разъяснительного материала, развития обмена (информацией) и оценки общественной реакции". Сам же Сэм Блэк предпочитает следующее определение: "Public Relations" – искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности" [4, с. 7].

Достаточно краткое и емкое определение понятия "паблик рилейшнз" дает И.М. Синяева: "Паблик рилейшнз (PR) – система связей с общественностью, предполагающая многократную деятельность по улучшению взаимоотношений между организацией и общественностью, а также с теми, кто вступает с ней в деловой контакт как внутри, так и за ее пределами".

И.В. Алешина приводит определение рассматриваемого понятия с точки зрения теории управления: "Паблик рилейшнз – это функция менеджмента, которая оценивает отношения общественности, идентифицирует политику и действия индивидуума или организации с общественными интересами и реализует программу действий для обретения общественного понимания и принятия" [21, с. 7].

При выборе термина "связи с общественностью" можно выделить две генеральные традиции, постепенно выстраивающиеся у российских авторов. Первая традиция опирается на английский термин в его родовом написании, другая связана с транскрибированием русскими буквами фонетической версии английского словосочетания. Обе линии нашли своих последователей. Так, первой придерживаются А.Зверинцев, Г. Тульчинский, Е. Блажнов, И. Викентьев и другие, второй – И. Яковлев, И. Алешина, Г. Почепцов, переводчики работ С. Блэка, Д. Доти и другие. Л. Невзлин, принадлежа, скорее, к последней группе авторов, использует кавычки – "паблик рилейшнз". Не составляют исключения и два профессиональных журнала – московский "Советник" и петербургский "ПР-диалог". Авторы первого издания пользуются двумя англоязычными вариантами и их русским аналогом – связи с общественностью. Во втором используются термины ПР и паблик рилейшнз, а также их русская версия – связи с общественностью.

Большинство авторов, избирая тот или иной вариант обозначения ключевой категории не затрудняют себя аргументацией своего выбора. Небогата на этот счет и научная литература. Мы можем обнаружить лишь специальный раздел в брошюре Г. Тульчинского, а также статьи А. Чесанова, Е.Пироговой и Е Борисовой. Г. Тульчинский отстаивает термин Public Relations, А Чесанов – паблик рилейшнз, профессиональные филологи Ю.Пирогова и Е. Борисова обсуждают проблему числа и рода иноязычного заимствования [22, с. 12].

Рассмотрим аргументы сторон и сформулируем свою позицию в данной дискуссии. Начнем с того, что признаем факт единодушия большинства исследователей и практиков в вербализации переводной версии главного термина. Каноническим и прижившимся следует признать словосочетание связи с общественностью.

Легитимность термину "связи с общественностью" придает следующее:

– наличие соответствующей специальности высшего образования – 022000 с использованием именно такой формулировки;

– это словосочетание является основным смыслообразующим началом в официальном названии главной профессиональной общественной организации – Российской ассоциации по связям с общественностью;

– факты его использования в большинстве авторитетных публикаций и в практике управления корпоративным публичным дискурсом организаций, а значит, и факт согласия на этот предмет [22, с. 13].

Теперь вернемся к проблеме выбора между public relations и паблик рилейшнз. Отстаивая первый термин, Е. Тульчинский пишет: "...с PR связана любопытная деталь – во всех других языках этот термин используется в англоязычном написании: public relations или в виде аббревиатуры PR. В научной, учебной литературе говорится о PR-технологиях, PR-специалистах и тому подобное. Да и по-русски, честно говоря, писать "паблик рилейшнз" рука как-то не поднимается". Л. Чесанов, находя в приведенных тезисах скорее эмоциональные доводы, чем логическую научную аргументацию, возражает: "В прессе давно установилась традиция писать иностранные слова в русской транскрипции" [22, с. 13]. Неубедительным выглядит аргумент защитников английской кальки.

Автор работы будет придерживаться английского написания термина "связи с общественностью" – PR, и словообразующих слов (PR-технологии).

На основе вышеназванных интерпретаций термина "связи с общественностью", сформулируем наиболее оптимальное определение для муниципального управления.

**Связи с общественностью в системе муниципального управления** – это целенаправленное взаимодействие структур аппарата муниципального управления с гражданами и общественными институтами, которое можно определить как реализуемую ими информационно-коммуникативную функцию публичной власти и управления, позволяющую оценивать отношения различных кругов общественности к тем или иным решениям и действиям, идентифицировать провозглашаемую и реально проводимую политику, соотносить реализуемые программы с общественными интересами, формировать массовые представления по каким-либо проблемам для обретения общественного понимания, поддержки принятия и выполнения, соответствующих мер [2, с. 171].

Связи с общественностью и PR-технологии будут рассмотрены в данной работе с применением различных подходов. Обоснование их применения было нами рассмотрено в введении данной выпускной квалификационной работы. Основным же подходом, взятым за основу для комплексного изучения данной темы был взят системный подход. Рассмотрим связи с общественностью как некоторую целостность – систему, состоящую из относительно обособленных взаимодействующих и взаимосвязанных между собой элементов и подсистем с особыми специфическими свойствами. В соответствии с рисунком 1, выделяются две основные подсистемы – внутренний PR и внешний PR.

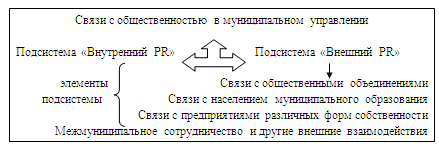


Рисунок 1 – Структурное представление элементов системы связей с общественностью

Связям с общественностью как открытой многоцелевой системе характерны, имеющие определенные "рамки" управляющей и управляемой подсистем, взаимодействующие между собой внутреннюю среду и внешнюю среду, внешние и внутренние цели, подцели каждой из подсистем, стратегии достижения целей; при этом изменение в одном из элементов системы вызывает изменения в других элементах и подсистемах, что основывается на диалектическом подходе к взаимосвязи и взаимообусловленности всех явлений в природе и обществе.

Системный подход позволит всесторонне изучить не только отдельные свойства взаимодействующих и взаимосвязанных между собой компонентов системы связей с общественностью, ее внутреннюю и внешнюю среду, но и генерируемых при этом новых синергетических свойств, обладающих новыми качествами, а также всей совокупности параметров и показателей функционирования системы в динамике [8, с. 95].

Рассмотрим основные элементы в системе связей с общественностью.

**Общественность** – это та или иная среда, круг либо группа людей, объединенных общностью положения и целей в определенных видах деятельности, сознающих присущие им интересы, нужды, потребности, запросы, порождаемые, создаваемые и осуществляемые обществом и в силу этого выражающие общественное мнение по вопросам общественной жизни [9, с. 161].

**Общественное мнение** – тип массового общественного сознания, состояние которого выражается в совокупности представлений и оценочных суждений по общезначимым проблемам. Оно возникает и изменяется как стихийно, так и организованно, будучи целенаправленно сформированным. Оно заключает в себе как скрытое, так и явное отношение к общественным событиям, различным социальным группам, организациям, отдельным личностям и может выражать позицию одобрения или осуждения по тем или иным вопросам, регулирует поведение индивида, социальных групп и институтов, насаждает определенные нормы общественных отношений. В качестве объекта высказываний общественности выступают лишь те факты и события действительности, которые пробуждают общественный интерес, отличаются значимостью и актуальностью [2, с. 174].

**Паблисити** – позитивная известность и общественное признание организации, ее персонала и деятельности. Наряду с тем, что паблисити - это установившееся мнение, оно формируется основной деятельностью муниципального органа, отзывами тех, с кем он сотрудничает, а также средствами PR, может включать в себя ряд составляющих и соответственно распадаться на имидж муниципального служащего, муниципального органа, вида муниципальной службы [2, с. 175].

**Имидж** – целенаправленно сформированный образ какого-либо лица, организации, явления, выделяющий определенные ценностные характеристики, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы, что позволяет получать материальные и моральные преимущества, добиваться успеха. Имидж муниципального служащего включает в себя имидж профессии, и имидж конкретного чиновника. Основой его создания выступают профессиональные деловые качества, а индивидуализация имиджа происходит через личностные качества. Имидж муниципального органа основан на всем предыдущем опыте деятельности, тех результатах и том значении, которые он имеет в процессе осуществления своих полномочий [23, с. 43].

Паблисити, в отличие от имиджа, – в большей степени известность внешняя, для широкой публики, во многом создается с использованием средств массовой информации [12, с. 176].

Таким образом, подведя итог, мы можем сказать, что определений PR очень много, и каждое из них отражает какой-либо аспект этого широкого понятия. Сформулируем общее определение связей с общественностью – это одна из функции управления, способствующая установлению, упорядочению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между организацией и общественностью. В муниципальном управлении установление связей между органами местного самоуправления и общественностью будет способствовать созданию внешней и внутренней среды, благоприятной для эффективной деятельности муниципальных органов власти, служить проводником обратной связи во властно-управленческих отношениях.

Для властных структур эта управленческая функция является особенно актуальной, поскольку недостаток информирования населения нередко способствует распространению различных формирующих негативное отношение к власти домыслов и слухов. Население хочет и должно знать, как работают местные органы власти, как они выражают и защищают их интересы, избиратели вправе требовать отчетов о реализации предвыборных обещаний, объявленных планов. Перед местными органами власти встает задача приблизиться к гражданам и их организациям, сделать работу более открытой и укрепить отношения с общественностью, наладив многоплановые связи, необходимо вести прямой диалог с людьми так, чтобы добиться адекватного восприятия ими действий муниципальной власти. Использование PR позволяет обеспечивать желаемое поведение целевых групп общественности посредством влияния на общественное мнение.

Во многом, созданные в структуре муниципального образования пресс-службы (автором работы дается общее наименование отделов по работе со средствами массовой информации как "пресс-служба", это связано с тем, что в каждом муниципальном образовании название этого отдела звучит по разному), выполняют не только информационные функции, но на них еще возложены задачи PR-специалистов. В некоторых же муниципальных образованиях PR-службы есть.

Рассмотрев теоретические аспекты системы связей с общественностью, изучив основные подходы к определению термина "связи с общественностью" и "PR", выявив основные понятия, структурные элементы в системе связей с общественностью в муниципальном управлении, мы для дальнейшего достижения поставленных задач, должны проанализировать место PR- и пресс-служб в органах местного самоуправления.

1.2 Функции, задачи PR- и пресс-служб в органах местного самоуправления. Особенности организации внешнего и внутреннего PR

Современные условия развития общества, регионов и муниципальных образований, новые формы организации управленческою труда и новые виды деятельности требуют непрерывно совершенствовать работу аппарата управления муниципального образования [24, с. 62].

В настоящее время модернизируются технологии взаимодействия гражданина и власти с помощью PR-технологий. По мнению философа и политолога Э. Алена, самой эффективной является такая власть, которая получает одобрение свободного человека. Содействие одобрению гражданами действий структур власти является главным критерием эффективности работы PR-службы.

Специфика служб по связям с общественностью в органах власти определяется сущностью проводимой политики: если она осуществляется в интересах большинства граждан, то связи с общественностью становятся важнейшим компонентом управления. При этом PR-служба играет не просто вспомогательную роль в органах местного самоуправления, а является равноправным участником выработки, принятия и реализации управленческих решений. Следовательно, в структуре органов местного самоуправления необходимо создание служб по связям с общественностью. Некоторые элементы систем связей с общественностью функционируют на уровне органов местного самоуправления: приемные по обращениям граждан, пресс-службы, организационные отделы (организация сходов, собраний, помощь в организации деятельности органов территориального общественного самоуправления, представительных органов местного самоуправления, проведении выборов) и различные общественные советы при органах местного самоуправления [9, с. 166].

В общих чертах, в структуру органа по связям с общественностью на уровне органа местного самоуправления могут входить:

– руководитель службы (заместитель);

– аналитический отдел (сектор). Специалисты данного подразделения осуществляют анализ социально-экономической и политической ситуации в муниципальном образовании, представляют информацию в соответствующие службы органа местного самоуправления;

– отдел (сектор) по связям с общественными объединениями (включая национальные и религиозные) и политическими партиями;

– отдел (сектор) по связям со средствами массовой информации (периодические издания, радио, телевидение, Интернет).

Специалисты по связям с общественностью должны в совершенстве владеть навыками устной речи и приемами ораторского искусства, уметь вести телефонные переговоры и деловую переписку, знать правила организации официальных приемов, деловых встреч, презентаций и других PR-мероприятий. Для специалистов по связям с общественностью, работающих в крупных компаниях, обязательным является также знание иностранного языка, персонального компьютера и правил эксплуатации современной оргтехники [21, с. 16].

Важным условием успешной работы специалиста по связям с общественностью является наличие у него следующих качеств: честность, порядочность, искренность, целеустремленность, трудолюбие, чувство ответственности и коммуникабельность. Достижению определенных успехов в освоении профессии специалиста по связям с общественностью и дальнейшему карьерному росту могут в значительной мере способствовать такие личностные качества, как: решительность, умение убеждать других в своей правоте, энергичность, работоспособность, независимость, требовательность к себе и подчиненным, позитивное отношение к людям, а также – умение идти на разумный компромисс [25, с. 35].

Также необходимым является соблюдение специалистами по связям с общественностью норм профессионального поведения и этики во взаимоотношениях друг с другом, а также с представителями различных категорий общественности и работниками средств массовой информации. Общие правила профессионального поведения специалистов по связям с общественностью закреплены в специальных кодексах, принятых в разное время соответствующими международными организациями [21, с. 16].

В современных условиях успешное установление и поддержание связей с общественностью невозможно без хорошей технической оснащенности соответствующих служб и персонала. Необходимо выделять средства на приобретение, эксплуатацию, ремонт, обслуживание и обновление необходимой оргтехники, средств связи, аудио- и видеоаппаратуры необходимых для нормального функционирования служб по связям с общественностью [26, с. 77].

Актуальность создания информационных служб при органах местного самоуправления, обеспечивающих налаживание информационных потоков как внутри муниципального совета (внутренний PR), так и между выборными органами и населением (внешний PR) – не вызывает сомнений. Такие службы призваны решать следующие внешние задачи:

– установление доверия между органом местного самоуправления и населением муниципального образования;

– организация взаимодействия муниципальной власти с различными политическими партиями и общественными движениями;

– вовлечение населения в самоуправленческий процесс;

– изучение общественного мнения населения и доведение его до органов местного самоуправления;

– формирование позитивных массовых настроений и компетентного общественного мнения в социуме;

– предотвращение конфликтов;

– создание условий для социального партнерства;

– создание позитивного образа местной власти [27, с. 85].

Многие авторы помимо выше перечисленных целей, добавляют также такие, как: формирование у населения чувства причастности к управлению территорией, корпоративного духа (поскольку должно сформироваться сообщество, имеющие интересы совместного проживания), гражданской позиции и функция организации межмуниципального сотрудничества [9, с. 165].

Как правило, четких границ между перечисленными целями не существует. Все направления деятельности и функции соответствующих отделов, служб, управлений органов местного самоуправления, занимающихся деятельностью в сфере общественных связей, тесно переплетаются друг с другом, вытекают одни из других и используются для повышения эффективности местного самоуправления [27, с. 85].

При осуществлении этих задач важно учитывать, что в основе связей с общественностью должны лежать диалог и партнерские отношения. Работа PR-служб должна быть направлена на организацию деятельности органов и должностных лиц местного самоуправления таким образом, чтобы она была прозрачной, открытой для граждан и их объединений, обеспечивала сотрудничество, разъяснение мотивов принятия решений, доведение до общественности основных положений социальной и экономической политики, стратегического курса и так далее.

Практическими формами достижения данных целей являются:

– анализ общественной реакции на принятые решения либо решения, планируемые к принятию, а также на действия должностных лиц и органы местного самоуправления;

– взаимодействие со средствами массовой информации (опубликование нормативно-правовых актов, интервью должностных лиц, отчеты депутатов, выступления по телевидению и радио, создание Интернет-сайтов и другие);

– ведение и разрешение дел по обращениям граждан в органы местного самоуправления;

– участие в общих делах и совместные действия по реализации коллективных интересов и потребностей с населением и его группами.

Конечно, деятельность служб по связям с общественностью не ограничивается только таким перечнем форм. В каждом муниципальном образовании, исходя из его особенностей, должна формироваться собственная система связей с общественностью, структура органов, осуществляющих эти функции [9, с. 165].

В зависимости от специфики муниципального органа в теории связей с общественностью выделяю несколько видов подразделении пресс-служб. Условно охарактеризуем три наиболее типичных модели.

Первая модель заключается в информировании общественности о деятельности муниципального органа власти. Этой задачей занимаются пресс-службы, отделы по связям со средствами массовой информации, политическими партиями и общественными организациями. Распространяемая этими подразделениями информация носит односторонний характер, так как она дозируется с целью создания положительного образа при помощи пропагандистских методов. Ее еще называют "асимметричной", поскольку здесь не возникает должной обратно-поступательной реакции общества. Односторонность информационного потока не позволяет в полной мере выполнять эту функцию и не оправдывает демократических ожиданий общества [28, с. 57].

Вторая модель включает в себя использование не просто известных пропагандистских методов и приемов для распространения положительной информации о своей деятельности, но и специальных технологий, способных убеждать, причем, прежде всего ту часть общества, на которую ориентируются в данный момент и по данной проблеме. Эту модель называют "двусторонне асимметричной", так как во внимание принимается реакция стороны, на которую оказывается воздействие, но лишь постольку, поскольку это может быть выгодным или невыгодным для местных властей [18, с. 56].

Третья модель предполагает не только регулярное информирование со стороны местных органов власти для улучшения взаимопонимания между ними и общественностью, но также служит для своевременного предотвращения конфликтных ситуаций и координации своей деятельности в соответствии с общественными интересами. Эту модель называют "двусторонне симметричной", так как в ней используются способы, позволяющие с большей степенью точности отвечать интересам демократического общества. Эта модель может считаться более этичной, ибо, когда власть не опасается обвинений в некомпетентности или неэффективности, когда власть устойчива, открыта для общественного диалога, тогда она, если не целиком оправдывает санкционированное выборами доверие народа, то вполне может пользоваться им, опираться и рассчитывать на него. Это наиболее оптимальная, эффективная модель организации пресс-служб [5, с. 25].

Организация внутреннего PR – наиболее сложный участок работы информационной муниципальной службы. PR-специалистам приходится сталкиваться с недоверием многих выборных представителей к профессионалам в области общественных связей, нежеланием работать на общее дело.

Другая важная причина, препятствующая организации эффективной работы органов местного самоуправления, заключается в отсутствии корпоративного духа в коллективах органов муниципальной власти. Муниципальные служащие должны действовать как сплоченная команда. Однако, проблема слабой организационной культуры актуальна для сегодняшних муниципалитетов [27, с. 87].

В муниципальном управлении культура интерпретируется в основном либо как совокупность идеальных представлений и ориентации на решение местных и государственных дел, либо как форма воплощенных в управленческой деятельности ценностей и установок. Она есть сложное многоуровневое, внутренне противоречивое социально-духовное явление, отражающее способность человека руководствоваться в рамках ведущих политических ценностей различными стандартами и традициями властно-управленческой деятельности. Содержание культуры муниципального управления более полно раскрывается через ее социальную направленность, а также личную культуру и стиль руководства, что сказывается на морально-психологическом климате, условиях управленческого труда, взаимоотношениях между людьми [2, с. 177].

Главным механизмом воспроизводства и трансляции культуры в органах местного самоуправления является человеческая индивидуальность лица, обладающего статусом муниципального служащего (личность, прошедшая сложный путь социализации и занимающая должностное положение в иерархии власти, управлении). Существенно ценностное освоение традиций и самостоятельная переработка личностью муниципального служащего духовного богатства, культивируемого в данном обществе [29, с. 59].

Духовность, культура, интеллигентность должны быть качественными характеристиками профессионализма современных муниципальных служащих, быть залогом достойного образа чиновника в глазах общественного мнения. Специфика каждой организации, учреждения и даже профессии, особенности возникающих в процессе той или иной профессиональной деятельности служебных ситуаций и традиционно складывающихся деловых отношений порождают свои, характерные именно для данной среды, нормы поведения. Они фиксируются в требованиях административной этики – совокупности правил и форм обхождения с людьми, позволяющих внешне выразить уважение к ним, способствующих установлению между руководителями и подчиненными атмосферы взаимного признания и понимания, уважения друг к другу [2, с. 177].

Оптимизация связей с общественностью и всеохватное проникновение управленческой культуры в среду муниципальных служащих входят в число ключевых условий становления гражданского общества, взаимодействующего с правовым государством и саморегуляции органов местного самоуправления в осуществлении муниципального управления [2, с. 178].

Сегодня получил широкое распространение карьерный тип депутата органа местного самоуправления, когда выборный представитель рассматривает свое назначение лишь в качестве ступени для дальнейшего роста по политической и административной лестнице. Некоторые депутаты приходят в органы местного самоуправления исключительно с целью лоббирования каких-либо интересов, организации, в которой работают. Бюрократизм в принятии решений также является существенной преградой в развитии местного самоуправления. Инициативные предложения, исходящие от отдельных депутатов или жителей муниципалитета долго рассматриваются, бесконечно выносятся на голосование [27, с. 87].

Необходимо сделать вывод, что муниципальным органам власти требуются слаженные внутрикорпоративные усилия, то есть координация деятельности службы по связям с общественностью с деятельностью других структурных и функциональных подразделений как внутри одного органа местного самоуправления, так и между органом и подразделениями. Только в случае сложения внутренних и внешних характеристик можно добиться положительного результата.

Таким образом, деятельность сотрудников муниципальной информационной службы должна включать в себя как организацию внутреннего PR (создание корпоративного духа в коллективе муниципальных служащих, разрешение и предотвращение конфликтов внутри органов и отделов местного самоуправления), так и организацию системы мероприятий с целью формирования позитивной репутации муниципальной власти, направленной на внешнюю аудиторию – население муниципального образования, органы власти, общественные организации, государственные и коммерческие структуры.

Также автором было определено, что исходя из задач и принципов муниципального управления основными целями деятельности служб по связям с общественностью на уровне муниципальных образований можно считать следующее. Во-первых, обеспечение гласности, открытости в работе органов местного самоуправления и должностных лиц местного самоуправления; информирование местного сообщества. Во-вторых, это формирование благоприятного имиджа органов и должностных лиц местного самоуправления в глазах общественности.

Задачами PR-служб является также анализ и прогнозирование общественно-политического процесса в муниципальном образовании и установление партнерских отношений с гражданами, их объединениями, содействие сотрудничеству граждан и их объединений с органами местного самоуправления в разработке, реализации программ и решений, а также осуществлению общественного контроля. Не менее важными задачами в деятельности PR-специалистов является также формирование у населения чувства причастности к управлению территорией, корпоративного духа, гражданской позиции. Для этого работа пресс-служб должна основываться на "двусторонне симметричной" модели.

В данном разделе, были изучены особенности организации внешнего и внутреннего PR в системе органов местного самоуправления, определена роль, функции пресс-служб, служб по связям с общественностью на муниципальном уровне, изучены требования предъявляемые к PR-специалистам.

Для дальнейшего изучения и более глубокого раскрытия изучаемой проблемы, необходимо проанализировать виды PR-технологий, применяемых на муниципальном уровне.

**1.3 Виды PR-технологий применяемых в муниципальном управлении**

Поскольку основной функцией органов местного самоуправления является деятельность, направленная на создание благоприятных условий жизнедеятельности на данной территории, а также удовлетворение общественных интересов и потребностей, органы местного самоуправления и должностные лица местного самоуправления должны устанавливать стабильные позитивные взаимоотношения, прежде всего с населением, его группами [9, с. 167]. Для этого они должны использовать различные PR-технологии, эффективно применять PR-мероприятия.

В работе по информированию населения главная роль принадлежит средствам массовой информации, которые в большей степени, чем другие источники, способны получать достоверную информацию и доносить ее до населения. Поэтому органы местного самоуправления с каждым годом усиливают степень взаимодействия, и расширяют формы сотрудничества со средствами массовой информации [14, с. 139].

Публикация на страницах муниципальных газет писем и обращений граждан и общественных организаций позволяет говорить о газете как об одном из механизмов обратной связи между населением и властью.

Одним из средств механизма прямой и обратной информационной связи населения с органами местного самоуправления является организация встреч представителей администрации муниципального образования с населением.

Эффективность функционирования системы муниципального управления, а также успешность экономических и социальных реформ в значительной мере зависят от тесного взаимодействия Главы муниципального образования, руководителей структур района, с его жителями, поэтому информированность населения является одним из приоритетных направлений деятельности местных органов власти. На практике используются различные методы информирования населения о деятельности местных органов власти [4, с. 147].

Для поддержания связей с общественностью существуют технологии в диапазоне от общения с узким кругом людей до массовых средств коммуникации с неограниченной аудиторией. Здесь применяются технологии, опробованные в других сферах (коммерции, туризма, шоу-бизнеса). Однако механический перенос схем бизнес-управления PR, копирование, рекламных приемов в муниципальном управлении, ведет к упрощенной технологизации, дисфункциям системы.

Развитие общества немыслимо и невозможно без развития демократии. Учитывая это, в системе муниципального управления необходимо осуществить конкретные, принципиально важные преобразования. Их цель – последовательное совершенствование системы муниципального образования на основе принципа демократического централизма, то есть на основе сочетания единого централизованного руководства с инициативой, творческой активностью и высокой ответственностью на всех уровнях системы муниципального управления, широкого вовлечения граждан в управление муниципальным образованием [19, с. 179].

Наиболее распространенными формами проявления принципа демократического централизма в управлении муниципальным образованием являются различные массовые мероприятия. Среди них – общие собрания коллективов, собрание актива, митинги, слеты, торжественные встречи, а также разнообразные совещания, конференции, семинары, симпозиумы, организованные поездки. Перед муниципальными служащими стоит задача перехода от приобретенных практикой, часто формальных, к научно обоснованным прогрессивным методам и технологии выработки коллективных решений на собраниях, совещаниях, конференциях и иных формах массового участия граждан муниципального образования.

Собрание коллектива аппарата муниципального образования, как и производственное совещание, – это традиционный и наиболее широко применяемый метод выработки и принятия коллегиального решения. Таким образом, в ходе обсуждения конкретной проблемы социально-экономического развития муниципального образования руководитель коллектива фактически обращается к коллективному разуму специалистов, всесторонне анализирует с их помощью поставленную задачу, выслушивает и принимает во внимание их высказывания и мнения о ее решении. Участвуя в таких мероприятиях, работники аппарата управления привыкают комплексно подходить к проблеме, учитывать не только ближайшие, но и отдаленные последствия принимаемых решений, аргументировать и отстаивать свои позиции [30, с. 422].

Важно также учитывать социальную природу человеческих потребностей. На основе мотивационного анализа и знания психологии человека, влияя скорее на подсознание, чем на сознание граждан, воздействуя с помощью всего арсенала технологий PR на их желания и эмоции, можно побудить людей к тем или иным действиям. Кроме того, надо правильно понимать и такой универсальный механизм взаимодействия между людьми, каким является общение. В процессе общения происходят взаимное познание и обмен информацией, деятельность, труд, воспитание, обучение, творчество. Само же общение может быть прямое (лицом к лицу) и косвенное (по переписке или с помощью технических средств); взаимное (разговор) и одностороннее (монолог диктора радио); межличностное (вдвоем или в группе) и массовое (обращение к многочисленным аудиториям) [2, с. 174].

Атрибутом местного самоуправления как уровня власти, наиболее приближенного к населению, однозначно должна стать двусторонняя симметричная модель связей с общественностью с постепенным переходом к партнерской модели PR. И если, например, в бизнес-организации выбор модели паблик рилейшнз может качнуться как в сторону симметричных, так и асимметричных отношений с целевой аудиторией, то для органов местного самоуправления вопрос возможности приоритета асимметричных методов PR над симметричными, вставать не должен. В противном случае понятие самоорганизующегося населения теряет свой концептуальный смысл, цели и задачи местного самоуправления полностью искажаются [31, с. 114].

Под PR-инструментами муниципального служащего понимается комплекс мер, направленных на достижение информационной открытости (прозрачности) органов местного самоуправления, установление обратной связи с населением, формирование позитивной репутации местного уровня власти. PR-инструменты применяются на уровне муниципального образования с целью реализации информационной политики органов местного самоуправления [32, с. 85].

Под информационной политикой органов местного самоуправления понимается совокупность основополагающих целей и принципов их деятельности в информационной сфере, задач и мер по их реализации. Основной целью информационной политики органа местного самоуправления является совершенствование и развитие системы информирования населения.

Под системой информирования населения понимается комплекс средств создания, распространения, хранения, поиска и использования информационных продуктов и услуг во всех сферах общественной деятельности, которыми располагают основные держатели информации.

Этими держателями являются: местные органы власти, средства массовой информации, негосударственные, некоммерческие структуры, учреждения, предоставляющие консультационные услуги, библиотеки.

Количество, качество и доступность информационных ресурсов, имеющихся в этих структурах, являются показателем информационной открытости местного самоуправления [9, с. 167].

Обеспечение структур муниципального образования информационными ресурсами органов местного самоуправления должно сопровождаться информированием населения о наличии доступа к этим ресурсам (проведение PR-акций).

Однако, не секрет, что разовые PR-акции не приносят устойчивого эффекта, а организация целенаправленной PR-работы с населением требует постоянного вложения больших финансовых средств [32, с. 86].

На сегодняшний день бюджет многих муниципальных образований весьма ограничен и практически не предусматривает статьи расходов на проведение PR-мероприятий. Тем не менее, для муниципального образования должно быть приоритетным:

– регулярное информирование населения о заседаниях совета муниципального образования, о планируемых в мероприятиях;

– организация встреч депутатов с жителями округа;

– выпуск периодической бесплатной муниципальной газеты;

– информирование других районных и местных СМИ о своей работе;

– привлечение жителей округа к PR-работе муниципального совета;

– проведение опросов общественного мнения [33, с. 278].

Жители муниципального образования должны знать адрес Совета муниципального образования, также хорошо, как и адрес поликлиники, милиции, а также иметь представление о том, с какими вопросами они могут обращаться. Объявления о собраниях, встречах с жителями округа, о различных мероприятиях, проводимых Советом, должны быть развешены по всей территории муниципального образования (у магазинов, остановок, подъездов домов). Желательно на встречи с жителями округа приглашать городские, районные средства массовой информации.

Издание и бесплатное распространение муниципальной газеты помогает решать такие задачи, как: правовое просвещение населения о целях, задачах, функциях местного самоуправления, информирование жителей округа о деятельности муниципального совета (отчеты о проделанной работы и планы дальнейших мероприятий (в том числе, PR-мероприятий) в округе [32, с. 87].

Умение замечать новости, создавать информационные поводы, своевременно распространять новости по нужным информационным каналам – одна из основных проблем органов местного самоуправления, и многих других организаций, заинтересованных в установлении доверительных отношений с общественностью.

Новости призваны решать следующие задачи: привлечение внимание общественности к работе муниципального совета посредством средств массовой информации; формирование имиджа муниципальной власти; информирование о планируемых мероприятиях, акциях, новых назначениях, а также многие другие.

Основным инструментом взаимодействия специалиста по связям с общественностью является пресс-релиз – новостная информация, оформленная по определенным правилам, получателями которой являются редакторы и журналисты новостных разделов средств массовой информации. Новость может быть также оформлена в виде статьи с комментариями, в которых выражается определенная точка зрения. Показателем эффективности взаимодействия с прессой является, прежде всего, регулярные публикации о событиях, отражающих деятельность муниципального совета, новостей муниципального образования [25, с. 31].

Организация общественного участия в проектах развития муниципального образования – это еще и процесс построения взаимного доверия и преодоления стереотипов между представителями общественных организаций и чиновниками, что тоже невозможно без участия местной прессы. Поэтому возникает необходимость реализовать специальные программы, позволяющие создать режим диалога между местной властью, муниципальной прессой, структурами гражданского общества. Но для того, чтобы перейти от моделей подчинения и противостояния к модели социального партнерства, необходимо существенно повысить "прозрачность" всех процессов: экономических, политических, социальных, информационных. Подлинный диалог, подлинное партнерство, подлинное доверие возможны только в атмосфере информационной открытости [18, с. 207].

Мероприятия, проводимые органами местного самоуправления, можно подразделить на формальные заседания муниципального совета и общественно-культурные (неформальные) мероприятия. Признаками формальности являются: необходимость кворума, наличие установленных процедур принятия решения и установленная повестка дня. Информация о сроках и повестке дня подобных мероприятий должна быть открыта в обязательном порядке. Формальные заседания органов местного самоуправления могут считаться закрытыми, но только в соответствии с четко установленными требованиями. Решения "закрытых" мероприятий не должны автоматически иметь ограниченный доступ. Мероприятия органов местного самоуправления, связанные с принятием общественно значимых решений, должны быть так же открыты для граждан, как и сами решения[13, с. 285].

Главная задача организаторов любого мероприятия - это определение его цели. Именно цель мероприятия определяет средства, приемы, технологии и критерии оценки эффективности. Целью общественно-культурных мероприятий в рамках муниципальных образований является сплочение жителей вокруг общих интересов и проблем, организация досуга разных возрастных групп населения. Кроме того, общественно-культурные мероприятия и праздники - это повод для депутатов муниципальных советов еще раз рассказать о своей работе, возможность получения обратной связи от населения в непосредственном контакте на мероприятии. Мероприятие – это инструмент для решения PR-задач, которые в свою очередь реализуют коммуникационные цели муниципального совета или населения. Неудачно спланированное или проведенное без достаточной на то необходимости мероприятие может снизить вероятность успешного проведения их в будущем. Рассмотрим основные виды мероприятий [32, с.91].

Брифинг – короткая и конструктивная встреча официальных лиц, представляющих, по преимуществу, деловые или правительственные круги, со средствами массовой информации [18, с.356].

Пресс-конференция проводится для того, чтобы сделать широко доступной нужную и в то же время социально значимую информацию, информирующая сторона может быть представлена экспертами, специалистами, участвующими в подготовке того или иного решения либо документа [30, с. 212].

Как было уже подмечено автором, в PR-концепции муниципальной власти должны придерживаться модели двустороннего симметричного PR. Основная цель PR в этой модели – добиться взаимопонимания между муниципалитетом и общественностью. В организациях, практикующих двусторонний симметричный PR, большое значение придается исследованиям и интерактивному взаимодействию всех субъектов PR. Интернет представляет собой удобное и эффективное средство коммуникации. Самый распространенный способ осуществлять интерактивность в Интернете – это проведение опросов, мониторинг чатов.

Таким образом, связи с общественностью, как функция управления, обеспечивают органы и должностные лица местного самоуправления информацией об общественном мнении и оказывают им помощь в выработке ответных мер, обеспечивают деятельность руководства в интересах общественности, поддерживают его в состоянии готовности к различным переменам путем заблаговременного предвидения тенденций; способствуют привлечению к подготовке, принятию и исполнению решений непосредственно население и его группы. При этом основными средствами деятельности являются исследование и открытое общение. С другой стороны, применение в деятельности PR-технологий позволит сформировать положительный имидж самих органов местного самоуправления, а также муниципального образования в целом, что особенно важно в условиях рыночной экономики, поскольку это даст возможность привлечения дополнительных инвестиций. Применение PR-технологий позволит также сформировать взаимоотношения с органами государственной власти различных уровней и другими муниципальными образованиями на основе конструктивного сотрудничества.

Информирование населения о деятельности администрации,очень важный элемент системы муниципального управления. Когда население знает о деятельности руководящих органов, понимает их цели, задачи и методы, оно четко определяет свои позиции, адекватно реагирует, активно откликается на их призывы. И, наоборот, недостаточная информированность порождает неуверенность, подозрительность, пассивность, противодействие и даже панику. Поэтому особое место в деятельности органов местного самоуправления занимает вопрос регулярного информирования населения о проделанной работе, важнейших событиях. Хорошо отлаженная работа органов местного самоуправления со средствами массовой информации, с представителями общественных, религиозных организаций, политических партий, с общественностью, то есть деятельность "вовне" недостаточна. Требуются также слаженные внутрикорпоративные усилия.

На сегодня, одна из главных функции пресс-служб заключается в постоянном учете общественного мнения, контроле настроения жителей муниципального образования. Регулярное проведение опросов общественного мнения позволяют проводить социальную диагностику социальных потребностей и социальных интересов жителей округа, определять приоритетные направления работы муниципального совета. Пресс-службам необходимо проведение регулярных исследований, во многих муниципальных образованиях такая работа уже проводится, есть эффективные наработки по учету общественного мнения и применению PR-технологий. Во второй главе настоящей работы проанализируем опыт применения PR-технологий, учет общественного мнения пресс-службами муниципальных образований Российской Федерации и Республики Татарстан.

**2. Анализ деятельности пресс-служб муниципальных образований и применение ими PR-технологий**

**2.1 Опыт применения PR-технологий и учет общественного мнения пресс-службами муниципальных образований в современной России**

Не будет преувеличением сказать, что в России использование обратной связи с жителями как основы принятия управленческих решений встречается крайне редко. Среди единичных примеров – разработка программ стратегического развития в Екатеринбурге и Новосибирске. Чаще других механизмов, учета общественного мнения, в России используются экспертные советы при главах администраций и реже – социологические опросы [34, с. 64].

Но ситуация понемногу меняется, и во многих муниципальных образованиях постепенно налаживается тесное взаимодействие и конструктивное сотрудничество с общественными и политическими организациями в вопросах формирования общественного мнения, настроения граждан и общественных отношений в целом. Работа многих пресс-служб, созданных в структуре органа муниципального образования включает проведение исследований. Проанализируем проведенные опросы в муниципальных образованиях Российской Федерации.

Муниципальное образование "Город Радужное" регулярно проводит учет общественного мнения населения посредством проведения опросов среди горожан. Рассмотрим особенности такого исследования на примере, проведенного в июне 2006 года исследования по теме "Изучение общественно-политической ситуации и социальных предпочтений жителей города Радужного".

Исследование проводится Сектором по связям с общественностью администрации города. Результаты публикуются в печатных средствах массовой информации, а также на официальном сайте города. В опросе приняли участие 370 жителей разных микрорайонов города. Были получены следующие данные: 70 процентов горожан положительно оценивают изменения условий жизни в Радужном за последние годы, позитивные перемены в автономном округе видят 43 процентов опрошенных, в России – лишь 24 процента. То есть были проанализировано отношение населения к переменам, происходящим в муниципальном образовании, на уровне субъекта, и по России в целом. Среди позитивных показателей можно выделить, что около четверти опрошенных удовлетворены своей жизнь, 35 процентов – скорее удовлетворены, чем нет. Сравнивая результаты аналогичного исследования 2003 года, когда удовлетворенных было лишь 12 процентов, можно отметить рост позитивно настроенных горожан, что, кстати, не указывает на отсутствие проблем. Как и в предыдущие годы на первом месте общероссийские темы – низкий уровень жизни, высокие квартплаты, рост цен, безработица, особенно среди молодежи. Решение этих вопросов жители по-прежнему связывают с деятельностью местных органов власти.

Активно обсуждали респонденты органы власти. Деятельность главы муниципального образования положительно оценивают более 60 процентов, указывая на изменения во внешнем облике города, благоустройство, жилищное строительством. Имеют место и неутешительные показатели. Лишь 44 процентов респондентов оценили деятельность администрации положительно, тогда как ранее этот показатель составлял 61 процент. Аргументируя это, респонденты отмечали формальность в работе администрации, равнодушие и даже проявление грубости к посетителям. Вместе с тем, каждый третий хотя бы раз обращался в администрацию за помощью, из них половине помогли. Однако 19 процентов опрошенных респондентов указали, что не видят явной заботы о людях, решения принимаются не в пользу горожан, чиновники работают на свой карман [35].

Вместе с тем, радужнинцы продемонстрировали относительную осведомленность деятельности органов власти, о чем указали более 60 процентов опрошенных, с работой Думы знакомы 40 процентов горожан. Эти показатели были учтены в дальнейшей работе администрации города, должное внимание уделено и культуре общения с посетителями. Ежегодно глава города проводит встречи с населением, ежеквартально встречается с журналистами, трудовыми коллективами. Традиционно в прямом эфире местной радиостанции отвечает на вопросы горожан. В газете "Новости Радужного" действует рубрика "Телефон доверия", в которой соответствующие специалисты отвечают на вопросы горожан [35].

Анализируя опыт изучения и учета общественного мнения в муниципальных образованиях Российской Федерации, автор счел полезным рассмотреть опыт Смоленска, в котором регулярно проводятся различные опросы жителей. Они удобны по форме и рассчитаны на малую выборку.

Так, в период с 1 ноября 2004 года по 31 мая 2005 года в городе Смоленске с целью выявление мнения граждан города об актуальных вопросах местного самоуправления проводилось социологическое исследование. Опрос проводился методом панельного исследования на основе стандартной разработанной анкеты. Объем панели составил 40 человек. Респондентам задавились пять вопросов. Опрос респондентов производился через полумесячный интервал в следующих числах: 1 ноября 2004 года, 15 ноября 2004 года, 1 декабря 2004 года, 15 декабря 2004года, 30-31 декабря 2004 года, 15 января 2005 года; 1 февраля 2005 года, 15 февраля 2005 года, 1 марта 2005ода, 15 марта 2005 года, 1 апреля 2005 года, 15 апреля 2005 года, 30 апреля 2005 года, 15 мая 2005года, 30 мая 2005года [36].

В опросе жителей по вопросу взаимодействия местных органов власти и средств массовой информации города, респондентам был задан следующий вопрос: "Получаете ли Вы всю необходимую вам информацию о деятельности администрации города из средств массовой информации?". Ответы на этот вопрос представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Уровень информированности населения города Смоленска о деятельности городской администрации [35]

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ответ / Возраст | До 25 лет | | 25-40 лет | | 40-60 лет | | старше 60 лет | | Итого | |
| кол. | % | кол. | % | кол. | % | кол. | % | кол. | % |
| Да, я получаю всю необходимую информацию | 9 | 8.65 | 8 | 7.69 | 3 | 2.88 | 1 | 0.96 | 21 | 20.19 |
| Нет, иногда мне не хватает информации о деятельности городской администрации | 21 | 20.19 | 22 | 21.15 | 12 | 11.54 | 0 | 0.00 | 55 | 52.88 |
| Нет, я регулярно ощущаю нехватку информации о деятельности городской администрации | 12 | 11.54 | 9 | 8.65 | 7 | 6.73 | 0 | 0.00 | 28 | 26.92 |
| Всего | 42 | 40.38 | 39 | 37.50 | 22 | 21.15 | 1 | 0.96 | 104 | 100.00 |

Данные приведенные в таблице свидетельствуют о явной недостаточности информации о деятельности местной администрации (подразумевается деятельность исполнительного комитета муниципального образования). Лишь 20 процентов респондентов утверждают о том, что получают всю необходимую информацию. Также был задан вопрос об открытости деятельности Совета муниципального образования. Ответы на него выглядят следующим образом: 77 процентов опрошенных ответили, что в средствах массовой информации недостаточно отражена деятельность городского Совета, 23 процента жителей удовлетворены количеством информации.

После анализа результатов исследования, отделом по связям с общественностью были предприняты шаги по устранению пробела в информированности населения. Улучшен сайт муниципального образования, регулярно проводятся опросы жителей, все результаты исследований опубликовываются в средствах массовой информации, там же указывается, что предпринимается в соответствии с выводами по данным исследования. Население муниципального образования понимает смысл проведения таких опросов, и тот факт, что муниципальные органы действительно прислушиваются к общественному мнению – повышает уровень доверия жителей. Это понимают PR-специалисты, работающие в структурах муниципального образования и внедряют PR-проекты для более эффективного взаимодействия местных органов власти и населения [35].

Рассмотрим результаты исследования, проведенного в Советском районе города Уфа. Социологический опрос жителей Советского района, проведенный в 2002 году, показал, что 52,5 процентов опрошенных интересуются жизнью района, 30,6 процентов оценивают уровень своей информированности о работе администрации средне, 28,8 процентов – низко, 38 процентов респондентов частично удовлетворены полнотой информации, поступающей о работе органов местного самоуправления, 40 процентов респондентов отмечали недостаточность этой информации. На вопрос: "По каким каналам вы хотели бы получать информацию?" 71,6 процента опрошенных жителей отдали предпочтение телевидению, 43,5 процентов – газетам, необходимость издания районной газеты подчеркнули 71,2 процентов респондентов [37, с. 76].

Учитывая результаты исследования, президиум Уфимского городского совета принял решение "О мерах по улучшению информирования населения о деятельности местных органов власти города Уфы". В нем подчеркивалось, что работу по информированию населения необходимо считать одним из приоритетных направлений деятельности органов местного государственного управления Уфы, и рекомендовалось администрациям районов, руководителям их структурных подразделений обеспечить регулярную публикацию в средствах массовой информации материалов о своей деятельности [37, с.76].

Для учета общественного мнения было проведено исследование в Пермской области. В ходе исследования были проведены фокус-группы с представителями неправительственных организаций, научного сообщества и структур власти. Их экспертное мнение явилось отправной точкой для оценки материалов средств массовой информации. Основной темой исследования явилась проблема доступа к информации, ее качества и возможности опубликования. Выяснилось, что у жителей муниципальных образований Пермской области недостаточно средств, чтобы подписаться на газеты и журналы, не говоря уж об Интернете. Эта ситуация отягощается состоянием библиотек, особенно в глубинке. Анализ данных, полученных в ходе проведения фокус-групп, показал, что респонденты, способные влиять на публикуемые в прессе материалы, хорошо знают о том, что такое гражданское общество и как оно развивается в Пермской области, а также то, что публикаций на эту тему явно мало для формирования его адекватного образа и ценностных оснований для активизации населения. Исследователями были проанализированы 24 газеты, которые представляют 22 района, и две газеты областного значения. Были отдельно собраны публикации, в которых различные социальные и политические организации и органы власти предоставляют значимую для населения информацию, а своевременное и подробное информирование о местных проблемах свидетельствует, об уважительном отношении к населению.

В муниципальном образовании проходит много праздников. Такие праздники, как например, лучший по профессии, вносят свой вклад в формирование благоприятного климата местного сообщества, и дают населению возможность лучше узнать друг друга, выявить лучших из своей среды, относиться с уважением к согражданам. Но важно и то, что среди прочих преобладают конкурсы социальной направленности. Они проводятся административными структурами или созданными ими центрами и фондами и ориентированы на то, чтобы финансово поддерживать лучшие социально значимые проекты [38, с. 104].

Рассмотрим опыт работы пресс-службы муниципального образования "Волжский муниципальный район". Основным подразделением администрации, действующим в публичной сфере, является пресс-служба. Пресс-служба напрямую подчиняется Главе города.

Основой публичной деятельности администрации города является провозглашенная Главой города открытость власти перед населением. Главной задачей органов власти является пропаганда идеи, что город Волжский самый лучший город в России. Все информационные потоки направлены именно в этом направлении. Глава города показывается и освещается как активный участник процесса развития города. Руководителем пресс-службы принимается решение об участии Главы муниципального образования в том или ином мероприятии.

Важным элементом работы пресс-службы является информирование населения обо всех событиях происходящих в городе. Эта работа ведется через: средства массовой информации, проведение общегородских акций, "горячих" телефонных линий, выступление в средствах массовой информации руководителей учреждений города, администрации и информирование жителей через специальные стенды. Главой города совместно с пресс-службой выстроена система взаимоотношений с прессой, когда представители средств массовой информации становятся главными участниками процесса и рассматриваются как полноправные партнеры. И благодаря этому, пресса становится социально ответственной [39].

Для формирования и поддержания значимости средств массовой информации в городе Волжском проходит ряд ежегодных конкурсов. Они посвящены лучшему освещению материалов по той или иной тематике. Главный конкурс для журналистов проходит в мае и носит название "Майские дни волжской прессы".

Дважды в год в городе Волжском пресс-службой, проводится серия исследований. В начале проходят фокус-группы, которые очерчивают круг вопросов для социологического опроса. Помимо общих сведений о ситуации в городе, настроениях и ожиданиях населения, в социологический опросник закладывается группа вопросов направленная на мониторинг результативности различных PR акций пресс-службы. В рамках пресс-службы существуют сотрудники, составляющие PR отдел. Ими прорабатывается поэтапная схема информирования населения об проводимых мероприятиях городской администрацией. В эту схему включаются графики выступлений в средствах массовой информации, размещение аудио- видео - рекламных роликов, организация конкурсов и процедур награждения, торжественные мероприятия, различные семинары, конференции [39].

Глава города раз в месяц проводит "прямую линию" с читателями одной из газет Волжского. Глава выезжает в редакцию и в течение 2-3 часов ведет общение с читателями. Не реже 1 раза в месяц проходит "прямой эфир" на телевидении и 1 эфир на радио. При этом "прямые линии" проходят без заранее "очерченной" темы. При выступлении в "прямом" эфире заместителей Главы города, действует другая схема. Принимаются звонки только в рамках озвученной темы.

Опираясь на выводы исследований по изучению мнения жителей нескольких городов России о том, насколько информированными они себя чувствуют, можно свидетельствовать о весьма слабой организации работы пресс-служб при органах муниципального образования. Лишь в редких случаях в муниципальных образованиях организована эффективная работа по информированию населения и обратной связи, внедрение эффективных PR-технологий. Во многих муниципальных образованиях проводятся специальные мероприятия для прессы, но PR-проекты для работы напрямую с населением в муниципальном управлении немногочисленны. Опыт муниципальных образований, внедряющих практику проведения PR-мероприятий, анализ их работы будет рассмотрен в следующей подразделе выпускной квалификационной работы.

Анализируя печатные средства массовой информации, мы можем наблюдать, что обычно материалы по деятельности органов местного самоуправления представляют собой единичные, разрозненные, разноречивые сообщения, не акцентирующие внимание именно на значимости существования, реформирование местного самоуправления, возможность участия населения в управлении. Но важно, что такие материалы редко, но уже появляются. Как появляются первые попытки систематизированного и регулярного исследования общественного мнения на уровне муниципального управления, учета его в муниципальном управлении и постепенное эффективное налаживание взаимосвязи местных органов власти и населения. По мнению автора работы, только созданная в структуре органов муниципального образования Управление по связям с общественностью, может эффективно внедрять современные PR-технологии в муниципальное управление.

Как было выяснено в ходе анализа проведенных исследований общественного мнения в муниципальных образованиях Российской Федерации, деятельность органов местного самоуправления закрыта для населения, информация о деятельность муниципалитета скудна, обычно содержит в себе небольшой отчет о деятельности за год. Связь между населением, жителями муниципальных образований и муниципальных органов власти не налажена, взаимодействие не установлено, но в некоторых муниципальных образованиях такая работа ведется. Участие населения в деятельности местного самоуправления отличается слабой активностью, не знанием своих реальных возможностей.

Проанализируем опыт применения PR-технологий в муниципальных образованиях Республики Татарстан, изучим данные исследований проведенных пресс-службами муниципальных образований республики.

**2.2 Анализ учета общественного мнения, деятельности пресс-служб и применение PR-технологий в муниципальных образованиях Республики Татарстан**

При анализе и написании теоретической части выпускной квалификационной работы, автором, был сделан вывод, что население может принимать активное участие в деятельности местного самоуправления, если только оно хорошо информировано о его законодательной базе, социально-экономическом положении муниципального образования, задачах, которые ставит перед собой муниципальная власть, и роли, которую могут сыграть жители в решении этих задач. Чтобы выяснить, показатели уровня информированности и активности граждан по республике Татарстан, автором был проведен анализ работы, проводимой местными органами власти по информированию населения, изучены формы взаимосвязи муниципалитетов и жителей муниципальных образований республики Татарстан. Детально изучены: официальные сайты муниципальных образований Республики Татарстан – уровень открытости местных властей; проанализированы исследования, проводимые в муниципальных образованиях по изучению уровня информированности жителей о деятельности местного самоуправления, уровню доверия к местным властям и другие опросы, проводимые на территории республики. Рассмотрим результаты проведенного автором работы анализа.

Анализ немногочисленных исследований, проводимых на территории Республики, свидетельствуют о недостаточной информированности жителей о деятельности местных властей, отсутствие налаженных взаимосвязей органов местного самоуправления с населением. Так, исследования, проведенные в муниципальном образовании "Лениногорский муниципальный район" Республики Татарстан, свидетельствуют, что знающих, а значит, интересующихся вопросами реформирования местного самоуправления крайне мало – 17,4 процентов. Более 75 процентов с ним незнакомы. В связи с этим деятельность муниципальной власти должна носить открытый характер [40; с. 24].

Каналы информирования населения в муниципальных образованиях Республики Татарстан о практической деятельности муниципальной власти разнообразны. Среди них можно выделить основные: личные встречи руководителей с населением, информационные стенды, справочно-информационные материалы, библиотеки, печатные, радио и телевизионные средства массовой информации. Личные встречи главы муниципального образования, депутатов, руководителей органов и должностных лиц местного самоуправления с жителями служат одной из важнейших форм информирования населения. Такие встречи проводится во многих муниципальных образованиях Республики Татарстан. Достоинство в том, что жители напрямую задают интересующие их вопросы и получают ответы.

Главы и другие должностные лица муниципальных образований проводят тематические "горячие линии" с населением, обычно по телефону. Такая форма общения позволяет жителям не только получать оперативную информацию из первых рук, но и помогает руководителям местной администрации лучше узнавать о нуждах и проблемах населения, состоянии дел на местах, снимать напряженность в решении отдельных вопросов. Такие "Горячи линии" есть в муниципальных образованиях "Нижнекамский муниципальный район", "Город Казань", "Город Набережные Челны", "Лениногорский муниципальный район", "Чистопольский муниципальные район" и в других муниципальных образованиях. Это действительно, очень удобная форма установления связей с населением, не требующая каких-либо особых материальных и технических затрат, при этом обладающая большой эффективностью. В Лениногорске, стала популярна такая форма работы с населением, заключающаяся в том, что на "горячей линии" работает экспертная комиссия, которая тут же выезжает на проверку жалоб.

Многие муниципальные образования республики Татарстан создают официальные сайты Совета муниципального образования, исполнительного комитета. Один из разделов сайта – "Обратная связь" или "интерактивная приемная". Он есть в большинстве муниципальных образований, и популярен среди населения. На официальном сайте Елабужского муниципального района организована Интернет-приемная, в которой, можно оставить сообщение с вопросом, пожеланием Главе Елабужского муниципального района на любую интересующую тему. Пользователи сети Интернет, заходя на официальный сайт могут оставить свое предложение, изложить просьбу и ознакомиться с ответами на вопросы, присланные ранее. Вопросы оставляют не только население Елабужского муниципального образования, но и пользователи сети Интернет по всей республике Несомненное преимущество пользователей Интернет – возможность оперативно получать информацию [41].

Средства массовой информации способны донести достоверную информацию, обеспечив при этом больший охват населения, что подтверждается результатами многих опросов. Так, например, 57,4 процента жителей города Лениногорска назвали основным источником получения информации о работе органов местного самоуправления газеты и журналы, на второй и третьей позициях телевидение (30,7 процентов) и радио (11,2 процентов) [40, с. 25].

Органами местного самоуправления республики Татарстан активно используется такие формы информирования населения, как отчеты руководителей муниципальных образований. Это дает местному населению информацию обо всех проблемах местной жизни. Как правило, перед отчетной сессией итоги работы администрации района и города обсуждаются на сходах граждан, собраниях в трудовых коллективах. Отчеты руководителей размещаются на всех официальных сайтах муниципальных образований, в местных печатных изданиях. Но, подход к освещению итогов, отчетом работы у каждого муниципального образования свой, многие подходят к этому без должного внимания. Появляются заметки в два – три предложения, некоторые же муниципальные печатные издания размещают материал на одну – две газетные полосы, целиком раскрывая деятельность местных органов власти за текущий период. Достаточно полно освещают отчеты итогах деятельности следующие муниципальные образования: "Город Набережные Челны", "Лениногорский муниципальный район", "Елабужский муниципальный район", "Чистопольский муниципальный район". Так, на официальном сайте администрации Набережных Челнов, Елабуги и Чистополя постоянно обновляется информация о деятельности местных органов власти, существует архив отчетов.

По мнению автора выпускной квалификационной работы, необходимо подробно изучить работу, проводимую Отделами по связям со средствами массовой информации муниципальных образований "Лениногорский муниципальный район" и "Чистопольский муниципальный район". Эти муниципальные образования имеют хороший опыт работы с населением, деятельность пресс-служб этих муниципалитетов отличается высокой эффективностью.

Основной целью отдела по работе со средствами массовой информации и общественными организациями, образованного в структуре аппарата Совета муниципального образования "Лениногорский муниципальный район", является обеспечение оперативного распространения официальной информации о деятельности органов местного самоуправления, взаимодействие с представителями средств массовой информации, работа с общественными и религиозными организациям, а также анализ общественного мнения о социально-политической ситуации в городе и районе. Специалистами отдела по работе со средствами массовой информации и общественными организациями подготавливается информация для публикации на страницах местных газет по еженедельным материалам планерок, расширенных заседаний, о наиболее значимых мероприятиях, проводимых администрацией. Организовываются пресс-конференции с участием главы администрации и его заместителей, телевизионные интервью на местном телевидении, выступления в печатных средствах массовой информации. Проводятся регулярные встречи с общественными организациями и общественностью.

При отделе создана общественная приемная, где ведется учет и рассмотрение устных обращений в органы местного самоуправления, оказывается содействие гражданам в получении консультации специалистов по возникшей проблеме. С целью проведения разъяснительной работы, основ законодательства среди населения только за июнь, июль 2006 год проведено 139 собраний с жителями 177 жилых домов, на которых приняло участие более 4000 человек. Как правило, на этих собраниях принимают участие представители Исполнительного комитета муниципального образования город Лениногорск [40, с. 26].

Несмотря на то, что проводится большая работа по информированию населения о деятельности местного самоуправления, результаты проведенного в Лениногорском районе опросе показывают, что только 20,6 процентов жителей убеждены в том, что хорошо информированы о деятельности органов местного самоуправления, а 79,4 процентов хотели бы получать больше информации о деятельности органов местного самоуправления. В этих условиях одна из главных задач состоит в создании постоянно действующей системы информационного диалога власти и населения. Эта система должна обеспечивать оперативное и полное информирование населения о положении дел в органах власти и осуществлять постоянное изучение общественного мнения с целью повышения эффективности работы органов власти. На вопрос о том, куда обратились бы респонденты для решения своих вопросов, получены следующие результаты: 55,2 процента опрошенных обратились бы к Главе муниципального образования, 15,3 процента жителей обратились бы к Президенту Республики Татарстан, к Президенту Российской Федерации обратилось бы 10,4 процента опрошенных, в средства массовой информации – 19,1 процент. Эти данные говорят, во-первых, о доверии к органам местного самоуправления, и о том, что жители понимают, что большая часть вопросов местного значения должна решаться органами местного самоуправления [40, с. 26].

Изучим и проанализируем опыт работы Отдела по работе со средствами массовой информации, общественностью и межнациональным отношениям муниципального образования "Чистопольский муниципальный район". Этот отдел ведет информационное обеспечение работы администрации района и города, ее руководителей и служб через сотрудничество с редакциями городской и районной газеты, местного телевизионного проекта "Чистополь", городского радиовещания и предоставление им информации. Отделом ведется работа с общественными организациями и объединениями граждан города и района, ведется разработка и организация проведения мероприятий, способствующих гармонизации национального самосознания, обеспечивающих равноправное функционирование и развитие языков и культур народов, проживающих на территории Чистопольского района.

Изучая работу пресс-служб и опыт применения PR-технологий в муниципальных образованиях Республики Татарстан, необходимо, прежде всего, рассмотреть проект "Тасис", осуществляемый в городе Чистополь, необходимо отметить, что в будущем планируется реализация этого проекта на всей территории республики Татарстан. Проект курируется на уровне Российской Федерации, в Татарстане же созданы специальные рабочие комиссии. Этот проект нельзя рассматривать как опыт одного муниципального образования, так как в этом проекте реализуется весь опыт республики Татарстан по применению технологий муниципального управления, над его разработкой и внедрением трудятся лучшие специалисты со всей России, ученые Татарстана [42].

Одиннадцать лет назад Европейский Союз начал осуществлять в России и других странах СНГ свою программу технического содействия "Тасис", направленную на помощь в создании в России развитой рыночной экономики, основанной на принципах демократии, уважения к правам человека, свободы слова и законности.

Во время реализации этих проектов стало ясно, что главная проблема местной демократии в России – выключенность из процесса самоуправления основного субъекта – населения. Поэтому около двух лет назад представители Европейской Комиссии и Конгресса муниципальных образований Российской Федерации начали разработку проекта "Развитие местной демократии и самоуправления в России", ориентированного на глубинные принципы организации местной власти, ядром и движущей силой которой является экономически и политически свободный гражданин, осознанно участвующий в решении местных проблем [42].

В ходе проекта решаются четыре практических задачи:

– развитие в регионах и муниципалитетах нормативно-правовой базы местного самоуправления, способствующей участию граждан в процессе принятия решений на местном уровне и содержащей механизмы, обеспечивающие честные, справедливые и прозрачные выборы в органы местного самоуправления;

– привлечение внимания к вопросам местного самоуправления и создание условий для более активного участия граждан в жизни местных сообществ и формировании муниципальной политики, в том числе формирование у представителей местных органов власти и у граждан "муниципального мировоззрения";

– разработка концепции "совместного управления", способствующей эффективному распределению полномочий между различными органами и уровнями власти, а также совершенствование механизмов взаимодействия властных структур и местных сообществ;

– повышение роли общественных организаций в жизнедеятельности муниципалитетов, в частности, в вопросах разработки муниципальных планов развития в консультировании и предоставлении услуг [42].

По определенным критериям были отобраны четыре пилотные модели местного самоуправления в четырех регионах России: город Чистополь и Чистопольский район – Республика Татарстан; город Астрахань – Астраханская область; город Малоярославец – Калужская область и Сумской сельсовет Колышлейского района – Пензенская область.

В Чистополе созданы две муниципальные экспертные группы: первая - по совершенствованию планирования развития пилотного региона города Чистополя и Чистопольского района, а вторая экспертная группа – по созданию Совета общественных организаций, роль которого в укреплении значения общественных организаций в городе Чистополе и Чистопольском районе. Главным направлением на уровне Чистополя и Чистопольского района является конкретная работа по активизации участия в местном самоуправлении горожан и сельчан, их общественных объединений. На планово-экономическом уровне – это участие жителей в формировании плана стратегического развития Чистопольского района на 10 – 15 лет. Постановлением главы администрации района и города образован Координационный Совет по стратегическому планированию развития муниципального образования Чистопольский район и город Чистополь. Изучение теории стратегического планирования сочетается на семинарах с деловыми играми по развитию навыков взаимодействия органов власти и населения в определении приоритетных направлениях развития города и района. На уровне нескольких населенных пунктов Чистопольского района апробируется объединение всех сельских активистов в советы общественности, которые могут активно влиять на многие вопросы местной жизни. На уровне ряда микрорайонов Чистополя идет воссоздание советов микрорайонов, которые при разумной активности, неиждивенческой позиции жителей тоже смогут оказывать существенное влияние на микроклимат в микрорайонах [42].

Было проведено анкетирование жителей, по итогам которого проанализированы городские проблемы и предложены видение основных направлений развития муниципального образования. Для детальной проработки основных приоритетных направлений развития были созданы тематические рабочие группы.

При определении приоритетных стратегических направлениях, были определены сильные стороны муниципального образования, которые во многом смогут определить успех проекта. Это следующие пункты:

– население поддерживает местную власть (в проведенном исследовании выявлено доверие властям в решении городских проблем);

– высокая гражданская ответственность (население активно участвует в местной политической и общественной жизни);

– большинство людей считает, что они имеют возможность донести свое мнение до руководителей города и района.

Глава муниципального образования "Чистопольский муниципальный район" обратился через средства массовой информации к жителям района, с предложением выразить свое отношение и принять активное участие в разработке и дальнейшей реализации стратегического плана развития района. Главная мысль, всех PR-программ – "Создадим будущее вместе, ведь без активной поддержки населения, ответственности каждого чистопольца за свое будущее, будущее своих детей и поколений властям невозможно добиться хороших результатов" [42].

Подведя итог, автор работы делает вывод, что, не смотря на то, что жители республики Татарстан плохо информированы о деятельности местных органов власти, но во многих муниципальных образованиях республики, работа пресс-служб и Отделов по связям с общественностью отличается эффективной, слаженной работой, появляются новые формы, методы работы с населением, в том числе посредством PR-технологий. В работу пресс-служб внедряются новации отечественной и зарубежной практики муниципального управления, усовершенствуются схемы взаимодействия органов местного самоуправления с населением. Постепенно от пресс-служб и отделов по работе со средствами массовой информации в структурах муниципальных образований создаются Управления по связям с общественностью, к функциям которых относится проведение опросов среди населения, учет общественного мнения, проведение PR-акций, формирование имиджа муниципального образования и должностных лиц. Яркими примерами организации такой работы являются Управления по связям с общественностью и Отделы по работе со средствами массовой информации муниципальных образований "Город Набережные Челны", "Чистопольский муниципальный район", "Елабужский муниципальный район", опыт которых необходимо учитывать в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район".

Для выявления новых направлений в работе Отдела по работе со средствами массовой информации "Нижнекамского муниципального района", автором был проведен сравнительный анализ работы пресс-служб в муниципальных образованиях "Город Набережные Челны" и "Нижнекамский муниципальный район".

**2.3 Сравнительный анализ деятельности пресс-служб в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район" и муниципальном образовании "Город Набережные Челны" Республики Татарстан**

На местном уровне, где, казалось бы, власть максимально приближена к народу, показатели информированности о деятельности властей не высоки. Так исследование, проведенное деканом факультета "Государственное и муниципальное управление" Нижнекамского химико-технологического института Губиной Н.В. и преподавателем Рафиковой Р.С. в городе Нижнекамске в феврале 2004 года, показало, что 91 процент и 89 процентов респондентов соответственно не знают депутатов местного и республиканского представительных органов. Эти цифры в той или иной степени отражают освещенность деятельности органов управления в средствах массовой информации. Как показали результаты контент-анализа газеты "Нижнекамское время" суммарный объем информации о деятельности местных органов власти за 2002 – 2003 годы составил в среднем 0,7 процентов от общего объема газеты [43, с. 146].

Главной целью выпускной квалификационной работы автор обозначил как анализ роли пресс-служб в муниципальном образовании. Чтобы выявить основное предназначение Отделов по работе со средствами массовой информации, показать, насколько важна эффективная деятельность пресс-служб для развития всего муниципального образования и повышения уровня доверия населения к деятельности местных органов власти, повышение активности жителей в управлении, автор провел социологическое исследование. Исследование проходит в два этапа.

Первый этап исследования заключается в сравнительном анализе отчетов деятельности Управления по связям с общественностью муниципального образования "Город Набережные Челны" и Отдела по работе со средствами массовой информации муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" за три отчетных года (2004, 2005, 2006 года).

Второй этап исследования проводился в виде опроса жителей муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район". Опрос проводился в виде анкетирования, по заранее рассчитанной квотной (по возрасту) выборке, расчеты даны в Приложении 1 – Программа социологического исследования.

Рассмотрим результаты первого этапа – анализ отчетов.

Автор провел сравнительный анализ работы отделов пресс-служб, действующих в структуре муниципальных образований "Нижнекамский муниципальный район" и "Город Набережные Челны". Цель данного анализа – раскрыть и обозначить функции Управления по связям с общественностью, определить особенности организации работы специалистов по связям с общественностью, а также автором ставилась задача – выявить перспективные направления в деятельности Отдела по работе со средствами массовой информации Совета муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район".

В основе выбора для сравнительного анализа Управления по связям с общественностью исполнительного комитета муниципального образования "Город Набережные Челны" явилась высокая оценка деятельности Управления на республиканском уровне. Так, по итогам республиканского конкурса "Хрустальное перо – 2005" отдел признан лучшим в республике. На XIV Международной профессиональной выставке "Пресса-2007"пресс-служба муниципального образования "Город Набережные Челны" – стала дипломантом Национальной премии "Серебряный камертон", за эффективную работу по формированию положительного имиджа города, его руководства, Исполнительного комитета, оперативную информированность населения и средств массовой информации о деятельности, мэрии города и Городского Совета [44].

Все отчеты деятельности Управления по связям с общественностью за исследуемый отчетный период – 2004, 2005, 2006 голы даны в приложениях А,Б,В соответственно. Так, в них отражено, что организацией работы СМИ, взаимодействием с официальными источниками, развитием структуры масс-медиа в Набережных Челнах занимается Управление по связям с общественностью и средствами массовой информации. В муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район" это направление деятельности закреплено за Отделом по работе со средствами массовой информации и общественными формированиями.

В отчетах Управления по связям с общественностью города Набережные Челны содержится информация по количеству средств массовой информации, ведется статистика и анализ положительных и критических материалов о городе в местной и региональной прессе, сюжеты, показанные на республиканских телевизионных каналах, есть подсчеты о количестве проведенных пресс-конференций, отправленных и опубликованных пресс-релизах, проведенных мероприятиях.

В отчетах Отдела по работе со средствами массовой информации и общественными формированиями муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" отражены количество средств массовой информации в городе, их достижения, награды, по работе самого Отдела информации практически нет. Работы по информированию населения напрямую нет, не используются PR-технологии. Во многом это связано с маленьким штатом отдела. В данный момент должность начальника отдела вакантна, и информированием населения непосредственно занимается только два специалиста.

Проанализируем, в чем заключаются особенности работы Управления по связям с общественностью Набережных Челнов.

Управление по связям с общественностью и средствами массовой информации и городские средства массовой информации делают одно общее дело – создают единое информационное пространство. Управление всегда открыто для информации, готовит пресс-релизы, формирует и размещает оперативную информацию на сайте муниципального образования "Город Набережные Челны", организовывает пресс-конференции для средств массовой информации.

Каждую неделю управление по связям с общественностью и СМИ дает обзор критических материалов как индикатор общественного настроения, показывает важность участия властей в решении тех или иных вопросов.

Открытость руководителей перед средствами массовой информации помогает авторитетно решать злободневные вопросы. С учетом этого Управление по связям с общественностью и средствами массовой информации еженедельно проводит пресс-конференции с участием руководителей города. Благодаря открытию пресс-зала, все журналисты могут получать оперативную информацию с еженедельных совещаний. Практикуется проведение выездных пресс-конференций.

В 2004 году проведено 53 пресс-конференции, в 2005 – 46 пресс-конференций по 58 темам, за 2006 год – проведено более 50 пресс-конференций, из которых 7 – выездные.

На городском телевидении "Чаллы-ТВ", телеканале "Эфир" в прямом эфире проводятся передачи "Откровенный диалог" и "Прямая связь". В 2004 году в эфир вышло 23 передачи – "Откровенный диалог", в 2005 – 20 программ, в 2006 – 31 передача. "Прямая связь" с участием Главы муниципального образования, его заместителей, начальников управлений исполнительного комитета города, руководителей городских предприятий и организаций – 19 передач в 2004, 20 – в 2005 году. На канале "СТВ" выходит аналогичная программа "Положение вещей" – 42 передачи в 2005 году, 46 – в 2006. На телеканале "Чаллы-ТВ" организована "горячая телефонная линия", куда челнинцы обращаются со своими проблемами и впоследствии через средства массовой информации получают ответы. К примеру, в 2004 году на "горячую линию" телекомпании Челны ТВ по телефону 083 обратилось свыше 6 тысяч человек, по острым проблемам, поступившим на "Горячую линию" телекомпанией Челны ТВ произведено 144 сюжета.

Газеты "Челнинские известия", "Вечерние Челны" также регулярно проводят в своих изданиях "Горячие линии", "Прямые линии". Так, в 2004 году через "Горячую линию" газеты "Челнинские известия" из 975 поступивших вопросов 900 получили квалифицированные ответы (в 2003 году поступило 1188 вопросов, размещено 1120 ответов). За, 2 месяца 2005 года поступило 147 вопросов, размещено 105 ответов. На этом примере видно уменьшение количества поступающих вопросов населения. На радио "Кунел" проведено в 2005 году – 450 "Прямых линий" (получено более 2000 ответов), в 2006 году – 125 таких радиопрограмм.

За 2004 год пресс-службой подготовлено и отправлено 498 пресс-релизов, из них опубликовано – 420 (в 2003 году отправлено 425, опубликовано 210, в 2002 году – отправлено 320, опубликовано 185). За 2006 год только в российских и республиканских средствах массовой информации опубликовано о городе 1700 материалов, подготовлено 1026 пресс-релизов.

В целях поддержки журналистских кадров городских средств массовой информации Мэр города ко Дню печати Республики Татарстан проводит бал прессы, на котором вручает поощрения, награды для лучших журналистов. Также, в целях поддержки развития творческой активности журналистов ежегодно проводится конкурс журналистов "Мои Челны". В положении конкурса "Мои Челны" есть номинации: "Самый открытый для прессы руководитель", "Самый закрытый для прессы руководитель", что стимулирует чиновников на открытость.

Прямое подчинение Управления по связям с общественностью и средствам массовой информации Главе муниципального образования сказалось на открытости и оперативности поступления информации населению через масс-медиа.

Для обеспечения информированности трудовых коллективов города о повседневной деятельности городского Совета и исполнительного комитета, руководители и специалисты городских служб выезжают в трудовые коллективы, где знакомят челнинцев с деятельностью своей службы, проводят консультации, отвечают на вопросы, доводят до членов трудовых коллективов всю информацию.

В 2004 году организовано и проведено 595 информационных встреч руководителей и специалистов городских служб с членами трудовых коллективов, где 37612 человек на своем рабочем месте получили из первых рук достоверную информацию о деятельности городского Совета, городских служб. В 2001 году было организовано и проведено 250 встреч, в 2002 году – 315, в 2003 году – более 400 информационных встреч, в 2005 году – 595 с охватом 37612 горожан. За 2006 год проведено более 200 таких встреч с общим охватом 15 тысяч человек. Распределение информационных встреч по годам приведено в графике на рисунке 2.



Рисунок 2 – Количество информационных встреч с трудовыми коллективами в муниципальном образовании "Город Набережные Челны"

Подытожим первый этап нашего исследования. В работе Управления по связям с общественностью Набережных Челнов наблюдается положительная динамика, постоянное увеличение количества проведенных пресс-конференций, опубликованных пресс-релизов, увеличивается количество программ "Прямой связи". Профессионализм и мобильность челнинских журналистов, открытость руководителей перед прессой помогает населению города своевременно получать ответы на волнующие их вопросы через прямые линии в печатных средствах массовой информации, прямые связи и горячи линии по телеканалам и радиосетям. Местные органы власти взаимодействуют со всеми средствами массовой информации города: Интернет, телевидение, пресса, радио. Жители города сами могут выбрать источник информации, которому они доверяют в большей степени, или который для них наиболее приемлем. Специалисты пресс-службы через средства массовой информации оперативно доводят до населения города информацию о принятых решениях главы администрации города, анализируют ответную реакция со стороны жителей, предпринимают шаги по урегулированию разногласий, недовольств, принимают предложения от населения города и внедряют их.

В Отделе по работе со средствами массовой информации Нижнекамского муниципального района, работа по информированию населения ведется, но не налажена обратная связь. Проводится очень мало пресс-конференций для журналистов, не организованы встречи с трудовыми коллективами предприятий. Отчет деятельности Отдела за 2006 год дан в приложении Г, должностная инструкция специалиста Отдела прилагается в приложении Д. Исследование, проведенное автором выпускной квалификационной работы, подтвердило, что население Нижнекамского района недостаточно информировано о деятельности органов местного самоуправления. Только 16 человек из 150 опрошенных ответили, что хорошо освещены о деятельности местных органов власти. 58 процентов респондентов ответили на этот вопрос, что "информированы, но хотели бы знать больше"; 11 процентов затрудняются с ответом; 20 человек ответили, что им не интересна деятельность местного самоуправления.

Автором приводятся данные о наиболее значимых вопросах исследования, матрица ответов на все вопросы анкеты дана в приложении Е.

На вопрос о необходимости информации о деятельности местного самоуправления, были получены следующие данные: 13,8 процентов респондентов ответили, что у них нет потребности в получении информации такого рода; для 64,7 процентов опрошенного населения деятельность местного самоуправления важна и интересна; 8,3 процента анкетируемых жителей муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" ответили, что достаточно информированы о деятельности местных органов власти. Рассмотрим из каких источников население муниципального образования получает информацию о деятельности местных органов власти. Для наглядного представления различия между используемым источником получения жителями муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" информации о деятельности местных органов власти и желаемых источниках получения такой информации, в приложении Ж дан график, отображающий этот показатель. Так например, только 11,4 процента анкетируемых ответили что получают информацию через специальные программы, посвященные деятельности местных органов власти, на следующий же вопрос анкеты, по желаемому источнику получения информации этот источник отметили 49,3 респондентов. Также исследование выявило, что многие жители муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" предпочитают региональные и федеральные средства массовой информации местным СМИ. Так ответило 34 процента респондентов (в части печатных средств массовой информации) и 27,3 процента (по телевизионным проектам). Небольшое количество респондентов отметили также, что не доверяют местным средствам массовой информации – 9,3 процента телевидению и 16,7 процента – печатным средствам массовой информации.

Что же касается сайта муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район", то лишь 3,3 процента анкетируемых отметили что удовлетворены этим источником информации, 79,3 процента – не являются пользователями сайта, 6 процентов опрошенных являются редким пользователем их услуг. На вопрос об открытости деятельности органов местного самоуправления лишь 7,3 процента анкетируемых отметили, что местные органы власти достаточно открыты для населения; 11,3 процента отвечают что деятельность местных органов власти закрыта; 68,7 процентов респондентов отметили, что деятельность местных органов власти явно недостаточно открыта для населения и 12,7 процентов опрошенных затрудняются ответить.

На вопрос о поддержке инициативы властей по созданию информационного бюллетеня муниципального образования 68 процентов респондентов отметили, что создать такую газету необходимо. Только 2 процента анкетируемых готовы его покупать, 21,3 желают получать бюллетень по почте и 12,7 процентов опрошенных отметили, что предпочтительнее его оставлять в общественных местах. На вопрос анкеты о том, что хотят видеть в бюллетене респонденты, ответы представлены на рисунке 3.



Рисунок 3 – Распределение ответов по желаемому содержанию бюллетеня

В ходе исследования была выявлена зависимость между уровнем информированности респондентов о деятельности местных органов власти и их доверием к местным органам власти. Автором был проведен корреляционный анализ, который подтвердил эту зависимость, причем коэффициент оказался равным 0,9, что показывает очень сильную зависимость этих показателей друг на друга. Расчеты отражены в подразделе 4.2.

Исследование показало существование проблем организации информационной работы с населением муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район". 58 процентов респондентов хотят знать о деятельности местных органов власти больше, есть различие между теми источниками информации, из которых жители получают информацию о деятельности местного самоуправления и теми, из которых они хотят получать. И сегодня местным органам власти необходимо проводить планомерную и целенаправленную работу по налаживанию связей с общественностью с целью формирования имиджа муниципальной власти, информирования населения о своей деятельности, получения обратной связи от жителей муниципального образования. Эта работа возложена на Отдел по работе со средствами массовой информации и общественными формированиями Совета муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район".

**3. Рекомендации по усовершенствованию работы пресс-служб и применения PR-технологий в муниципальных образованиях**

**3.1 Зарубежный и отечественный опыт организации работы пресс-служб и применения PR-технологий в органах местного самоуправления**

Западные эксперты считают, что местные органы власти должны действовать на основе коллективной ответственности, требующей делового партнерства и сотрудничества между общественностью и представителями администрации. В качестве наиболее эффективного средства достижения такого сотрудничества рассматриваются PR-службы. Их главная цель – развивать гражданское самосознание и пробуждать у населения активный интерес к проблемам местного самоуправления [17, с. 39].

Название пресс-служб и PR-специалистов в органах местной власти различно, это – менеджеры по связям с общественностью, департамент социальных услуг и информации, управление по маркетингу и связям с общественностью. Очевидно, что есть разница в их деятельности, однако люди на этих разных должностях все-таки имеют одно общее качество: несмотря на то, что их обязанности так же отличаются, как и названия их должностей, все они являются специалистами по коммуникациям, которые отвечают за часть процесса коммуникаций органа местного самоуправления, в котором они работают [45, с. 5].

Что касается устройства информационных служб местных органов власти, то эксперты считают, что местной администрации достаточно иметь скромный PR-отдел, состоящий из одного – двух сотрудников, нескольких помощников и секретаря. Сотрудник должен быть в курсе основных проблем местной администрации, регулярно посещать заседания муниципального совета и через его секретаря предоставлять в распоряжение администрации свои отчеты, рекомендации и разработки [17, с. 39].

Для внедрения зарубежного опыта в практику России наиболее интересен для рассмотрения опыт Германии, так как в отличие от России, в Германии местное самоуправление уже давно является частью политической жизни государства.

Для автора работы интервью с бургомистром города Идштайн – Герхардом Крумом, опубликованное в журнале "Муниципальная власть" [46, с. 88], показалась интересной, особенно его рассуждения о важности диалога власти и общества. Бургомистр города Идштайн (Западная Германия, земля Гессен) Герхард Крум не вписывается в российское представление о том, каким должен быть мэр. Политическую карьеру господин Крум начинал как пресс-секретарь парламента земли Гессен. В своем интервью, Герхард Крум отмечает, что когда стал бургомистром, то поначалу, сам писал несколько статей в неделю для прессы, сейчас раз в неделю обязательно проводит брифинг. Он всегда открыт для журналистов, и по его заверению, у него сложились доверительные отношения со всеми средствами массовой информации – а это главное в работе с прессой. Также он отмечает, что журналисты, чувствую доверие к ним бургомистра пишут более глубокие статьи, поскольку чувствуют свою ответственность. В то же время, критика, по мнению Г. Крума – "отличная возможность для политика исправить ошибки"; это "градусник общественного мнения". По словам бургомистра Идштайна, демократия начинается, когда каждый имеет право высказать свое мнение и при этом уважает мнения всех остальных. Важно помнить, что общество – это не только пресса, но спектр различных культурных групп. Важно, что все группы участвуют в коммуникации. Все жители города должны быть единодушны в том или ином вопросе, без этого глава города не может принимать решений. А обоснованное общественное мнение формируется только в процессе обсуждения, при пересечении разных интересов [46, с.89].

Ни один закон в Германии не принимается без предварительного общественного обсуждения. Буклеты с текстами проекта закона сначала раскладываются по почтовым ящикам, чтобы каждый мог с ним ознакомиться, потом проект проходит публичное обсуждение, далее рассматривается Конгрессом городов и только после этого поступает в парламент [46, с. 91]. Но все инициативы происходят от желания людей. Невозможно заставить людей просто принять те или иные решения власти. В России гражданское общество пока, наоборот, происходит в качестве инициатив сверху.

Рассмотрим опыт Нидерландов в построении отношений местных органов власти и населения.

Нидерланды по праву считаются передовым европейским государством, имеющим давние демократические традиции. Впервые закон о муниципалитетах появился в 1848 году. Основной принцип политики данной страны — поиск консенсуса, о чем постоянно заявляли на всех уровнях власти. Там всегда присутствует свод негласных официальных правил, приводящих к балансу власти. В основе такого баланса лежат: постоянный учет интересов населения (огромное число опросов, исследований), контроль и прозрачность бюджета и всех этапов принятия решений [47, с. 24].

Мэры осуществляют совместно с правительством контрольные функции и отвечают за связи с общественностью. Таким путем пытаются оживить работу на местах, повысить роль общественности. Каждый вторник любому члену Кабинета можно задать вопрос в Парламенте (как правило, запросы подаются в письменном виде) [47, с. 25].

На довольно высоком уровне находится и вопрос взаимодействия муниципалитетов. В стране насчитывается более 200 корпоративных актов по межмуниципальному сотрудничеству в различных вопросах. В каждой общине есть свой союз, который лоббирует интересы своего муниципалитета. Ежемесячно проводятся собрания руководителей департаментов и мэров, на которых обсуждаются важнейшие вопросы. Ассоциация муниципалитетов Голландии, своего рода аналог российского Союза городов, представляет собой форум для 489 муниципалитетов, в котором есть возможность скоординировать какие-то общие вопросы, высказать различные точки зрения, а также это своеобразная площадка для переговоров с центральной властью.

Ставя целью объединить власть и население, государство идет на значительные траты. Например, из бюджета города Гааги 5 процентов (примерно 2,5 миллиардов евро) идет именно на задачу взаимодействия с населением. Неудивительно, что в каждом муниципалитете Голландии имеются свои научные отделы, специально изучающие нужды жителей, их мнения, претензии и прочее. В небольшом по российским меркам городке Арнем проводятся порядка 20 опросов в год, ведется статистика, постоянный мониторинг общественного мнения, что служит основой для выработки социальной политики в городе, отвечающей запросам жителей [47, с. 26].

Нам есть чему поучиться у этого небольшого государства, хотя бы тому, что власть беспокоится, когда утрачивает к себе доверие рядовых граждан, ищет решения возникающих проблем и стремится к социальному спокойствию и благополучию через взаимную ответственность, социальное партнерство. Здесь уместно немного рассказать о весьма любопытном проекте, осуществляемом в городе Тилбург (около 200 тысяч жителей). С 1996 года там начали осуществлять новую модель городского управления, с акцентировкой на население, поскольку решили, что это неправильно – сконцентрироваться на себе. Для начала выяснили, кто же является потребителями услуг муниципалитетов (анкетирование, опросы). Затем определили для каждой группы таких потребителей свою политику взаимодействия. Далее распределили между департаментами зоны ответственности, большое внимание было уделено взаимодействию с жителями. Городской бюджет составлялся каждый год с точки зрения стратегии развития. Были выработаны 110 индикаторов развития. Если коротко описать суть нового подхода городской администрации, общего для всех правила, то заключается это в следующих словах: говори, что ты делаешь, делай то, что ты говоришь [47, с. 26]. По-мнению автора, этот принцип был бы полезен и для российской практики.

Рассмотрим опыт эффективной работы пресс-служб муниципальных образований Российской Федерации.

Одними из наиболее ярких примеров успешного применения PR-технологий на уровне муниципального управления являются PR-проекты Муниципального образования "Город Курган". Разработкой данных проектов занимается Информационно-аналитический отдел аппарата Главы города и Курганской городской Думы. Первой успешной акцией в реализации PR-проекта стало создание телефонной "горячей линии" – "Прямой провод" с Главой города. Каждую неделю в пятницу, Глава города Кургана отвечает на вопросы жителей по телефону. Другим, не мене эффективным проектом стал созданный на официальном сайте города Курган, раздел "прямая связь", в котором посетители сайта оставляют "Письмо Мэру". "Письмо Мэру" очень популярная схема интерактивного общения посетителей сайтов и Глав муниципальных образований. Такая же схема общения населения и представителей органов власти есть и в муниципальном образовании "Город Салехард", других муниципальных образований России. Так, на официальном веб-сайте Октябрьского района Ханты-Мансийского автономного округа – Югры открылся новый раздел: "Народ и власть". Он создан для того, чтобы дать жителям района возможность высказывать свое мнение о работе органов власти на муниципальном уровне, а также напрямую обращаться с просьбами и пожеланиями к представителям власти, используя современные информационные технологии. Данный раздел – это еще один шаг на пути реализации концепции "Электронного государства", важной составной части федеральной целевой программы "Электронная Россия" [48].

Также полезным для использования практического опыта, является изучения PR-мероприятий Нижневартовска.

Рассмотрим разработанные Управлением по информационной политике Администрации города Нижневартовск PR-акции. Первая акция – Акция "Прямой провод". Он аналогичен описанному выше проекту города Курган. Вторая Акция – "Мое письмо городскому начальству". Сущность данной акции, состоит в написании электронного письма одному из руководителей города на официальном сайте Нижневартовска. Ответ опубликовывается на сайте, и так же отправляется на личный электронный адрес написавшего письмо. В общественной приемной оперативно реагирует на все обращения жителей города Нижневартовска. Общественная приемная помогает обеспечить постоянную и эффективную обратную связь между администрацией города Нижневартовска и широкой общественностью. Следующий проект – "Разрешите вам помочь". Суть в том, что на сайте города размещаются основные ответы на вопросы волнующие горожан, такие как регулирование трудовых споров, единовременные, ежемесячные пособия. На сайте Нижневартовска эти вопросы приведены в большем объеме, и каждый житель, у которого возникает какая-либо проблема, требующая немедленного разрешения, может оперативно ее разрешить. Такой проект способствует решению проблем горожан, и вызывает у населения признательность местным органам власти.

В решении проблемы налаживания эффективного диалога местных органов власти и жителей муниципального образования действенное решение было разработано и внедрено в Советском районе города Уфы.

Районная (городская) газета является мощным информационным ресурсом местного самоуправления. Принимая это во внимание, в июне 2001 года, информационно-аналитическим отделом при поддержке Главы администрации района был организован выпуск районной газеты "Уфа-центр" на 4 полосах формата A3 в еженедельной "Новой экономической газете". Основной целью ее издания было информационное обеспечение деятельности органов местного самоуправления, некоммерческих общественных организаций, жителей района, их тесное взаимодействие для решения вопросов местного значения. Газета знакомит читателей через публикуемые материалы о районной власти, структуре администрации, о руководителях и их телефонах. Особо интересным для читателей стал жанр интервью, где руководители администрации давали ответы на актуальные вопросы по тем или иным сферам деятельности. Привлечение внимания к актуальным проблемам, анализ и обсуждение интересного опыта, признание заслуг и критика негативных явлений, распространение высоких нравственных и патриотических ценностей — все эти рычаги, используемые газетой, помогут добиться большего кредита доверия к власти со стороны людей [38, с. 105].

По мнению автора работы, важный фактор открытости муниципальной власти – это поддержка региональных властей, инициирование специальных конкурсных проектов, программ. Это особенно актуально в период реформирования местного самоуправления, когда население не осознает значимости и возможностей участия в местном самоуправлении. Многие субъекты понимают свою роль в поддержке и поощряют организацию эффективного взаимодействия населения и органов муниципального образования. Так, Республика Коми вручает награды "За вклад в открытость власти". В январе 2007 года специальным диплом "За вклад в открытость власти" Агентства Республики Коми по печати и массовым коммуникациям был вручен муниципальной газете "Усинская новь" за вклад в информационную открытость этой муниципальной власти [50, с. 91]. Необходимо учесть, что эта награда – не только редактора и корреспондентов муниципальной газеты, но и руководителей отделов администрации, муниципальных учреждений и предприятий. Без доброй воли каждого из руководителей ни о какой информационной открытости власти и речи быть не может.

Рассмотрим специфические, особенности и наработки пресс-службы Нижнего Новгорода. В администрации реализуется программа "Открытая деятельность городской администрации", которая идет по нескольким направлениям. Это во-первых, свободный доступ журналистов к информации исходящей из администрации, а также постоянные встречи журналистов с Главой муниципального образования и представителями администрации. Сайт администрации используется как элемент открытости и публичности, проводятся выступления Главы города в "прямых" эфирах в средствах массовой информации. Также необходимо подчеркнуть работу общественных приемных Главы города и изучение общественного мнения жителей муниципального образования.

Каждую пятницу, в кабинете Главы проходит встреча с прессой, получившая название – "свободный микрофон", любой журналист может прийти к Главе, поставить на стол микрофон и задать любой вопрос. Стенограммы этих встреч помещаются на официальный сайт администрации. По итогам этой встречи, большинство средств массовой информации выдают 5-6 информационных сообщений. Эти встречи инициируют "развернутые" материалы в печатных средствах массовой информации. В качестве PR-проекта была реализована идея "завтрак с мэром", куда приглашаются главные редакторы средств массовой информации и в формате свободной дискуссии обсуждаются самые злободневные темы [51].

Администрация Нижнего Новгорода в качестве одного из важных источников информирования населения о своей работе использует официальный сайт. Каждый посетитель имеется возможность подключиться к web-камере, установленной в кабинете Главы. В режиме online можно посмотреть, что происходит в кабинете. Эта идея реализована впервые в истории российских муниципалитетов и инициатором выступил Глава города, который считает, что избиратели должны знать, что и когда делает их мэр.

Для рассмотрения опыта создания новых служб в органах местного самоуправления на основе учета общественного мнения, определенный интерес вызывает проект по созданию конфликтологической службы в муниципальных образованиях Санкт-Петербурга. Данная служба была создана на основе пожеланий населения. Так, в сентябре 2001 года благодаря инициативе муниципального совета номер 8 и Межрегионального общественного движения "Конфликтологический Форум" стартовал проект "Муниципальный староста". Специалист-конфликтолог стал посредником между властью и населением, который повысил уважение и доверие к органам местного самоуправления не только у населения города, но и в различных городских структурах. В свою очередь, специалист-конфликтолог ежеквартально отчитывается перед муниципальным советом о результатах работы, предоставляет аналитические отчеты, а также участвует в отчетах органов местного самоуправления перед населением [52, с. 70].

Западный опыт развития связей с общественностью в местных органах власти насчитывает более полувека. Положительные результаты, которые продемонстрировали PR-агентства в развитых странах, заслуживают внимания российских специалистов. Это, прежде всего, эффективная организация диалога между местными органами власти и жителями посредством создания PR-отделов в муниципальных образованиях, проводимые регулярные и систематические опросы населения, согласование с жителями дальнейших шагов и направлений деятельности. Организация же PR-служб в муниципальных образованиях Российской Федерации – является актуальной задачей ближайших лет.

В следующем подразделе, автором будет изложен анализ деятельности Отдела по работе со средствами массовой информации и применение PR-технологий в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район".

**3.2 Особенности организации работы Отдела по работе со средствами массовой информации и проблемы применения PR-технологий в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район"**

Эффективная организация деятельность пресс-служб в структуре органов муниципального управления, является основой, базисом для эффективного взаимодействия жителей муниципального образования и местными органами власти. Исследование, проведенное автором, показало, что уровень доверия населения также зависит от уровня информированности о деятельности местных властей.

Деятельность Отдела по работе со средствами массовой информации Совета муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" ведется целенаправленно на конструктивную работу по информационному обеспечению населения о деятельности органов местного самоуправления. Но из-за отсутствия достаточного количества сотрудников в Отделе, эта работа не выполняется в максимально полном объеме, необходимом для качественного информирования населения о деятельности органов местного самоуправления. Даже при хорошо организованной и слаженной работе Отдела по работе со средствами массовой информации, по проведенному автором исследованию выявлено, что 7,2 процента опрошенного населения совершенно не информированы о деятельности местных органов власти. В тоже время, в задачи Отдела должны входить не только функции по информированию жителей, но и налаживание обратной связи, формирование и поддержанию имиджа города и района, должностных лиц. Эта работа находится в стадии становления, но уже можно говорить о первых успешных PR-проектах, реализованных замыслах по укреплению доверия и расположенности жителей муниципального образования к работе местных органов власти.

Во многом сложности по анализу деятельности отдела, состоят в том, что за анализируемы три года деятельности Отдела по работе со средствами массовой информации, в этот отчетный промежуток времени в муниципальном образовании сменились Главы. Так, в 2004 – 2005 годах администрацию города возглавлял Метшин Ильсур Раисович, в 2006 году Главой назначен Власов Олег Геннадьевич, и в анализируемом 2007 году – Метшин Айдар Раисович. В связи с этим большинство респондентов на вопрос о имидже Главы муниципального образования, ответили, что имидж Главы не сформирован, и "у меня нет четкого представления о нем, и о его имидже" (46 процента опрошенных).

О.Г. Власов, за время своей работы в должности Главы муниципального образования, внедрил эффективный проект по организации обратной связи с жителями. Им стал созданный 13 сентября 2006 года "Главный телефон". Цель его создания – обеспечение прямой и быстрой обратной связи населения с Главой Нижнекамского муниципального района. Преимущество обращения граждан по данному номеру в том, что вопросы, в зависимости от сложности, достаточно оперативно находят ответы. По данным отчета за 2006 год, в период с 1 сентября 2006 года по 31 декабря 2006 года на "Главный телефон" в Совете муниципального образования поступило более 1500 обращений. Ответы на актуальные вопросы, поступившие по телефону публикуются в газете "Нижнекамское время".

"Город и Мы" – это название проекта Нижнекамской телерадиокомпании посвященного 40-летию Нижнекамска. Проект представляет собой цикл ежедневных программ, в которых о городе, достопримечательностях рассказывали простые нижнекамцы – представители всех возрастов, национальностей, различных профессий. Герои мини-фильмов рассказывали, что им дорого в Нижнекамске: любимая улица, первая учительница, школа, работа. Проект проходил при поддержке муниципалитета и стал позитивным PR-ом городским властям.

Других PR-проектов, мероприятий по налаживанию взаимоотношений между местными органами власти и жителями муниципального образования в 2006 году реализовано не было.

Первые шаги на пути решения этой важной и актуальной задачи были предприняты новым Главой муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" – А. Р. Метшиным. Все ниже приведенные автором работы PR-мероприятия, проводимые местными органами власти, идеи их зарождения и реализация проектов проводились впервые в этом году. И за истекшие за этот год пять месяцев, было реализовано много интересных замыслов и проектов, PR-мероприятий в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район". Рассмотрим их подробнее.

Первым мероприятием, стало проведение 11 января 2007 года в Доме Советов муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" встречи Главы с руководителями и главными редакторами городских средств массовой информации. Это первый шаг – на пути конструктивного диалога местных властей и средств массовой информации, установлению постоянных партнерских контактов и взаимоотношений, при этом цель каждой из сторон – в получении населением полной, достоверной и оперативной информации.

Следующее мероприятие – подарок от местных органов власти всем жителям города и района, грандиозно организованный концерт, посвященный празднованию "Дня влюбленных". Этот концерт под названием "… Ты в сердце моем" прошел 17 февраля в Ледовом дворце спорта. Данное мероприятие, новация для нашего города, и, несомненно, жители были благодарны муниципальным властям, и Главе муниципального образования лично за инициативу организации такого действа. Это весьма существенно поможет укрепить мысль в заботе Главы о каждом жителе, его заботе об организации всех сфер жизни нижнекамцев: трудовой, будничной и праздничной. Не зря одна из часто упоминаемых Главой муниципального образования А. Метшиным фраз, звучит как: "Умеем хорошо работать, умеем хорошо отдыхать". Именно из совокупности проводимых PR-акций, ежедневных действий, сказанных слов формируется имидж Главы муниципального образования, направление, контроль за которым, должен осуществляться PR-специалистом созданного Отдела по связям с общественностью.

Качественно новым и необходимым мероприятием по связям с населением стала акция "Прямая связь с Айдаром Метшиным", которая проводилась в конце марта на местном телеканале "НТР". Во время часового прямого эфира с Главой муниципального образования, тысячи нижнекамцев смогли узнать об основных направлениях деятельности Главы, его мнение по основным вопросам и проблемам общественной жизни города и района. Такие мероприятия, несомненно, вносят вклад не только в информирование населения, но и становятся достоверным источником по учету общественного мнения, индикатором удовлетворенности в чем-либо жителей, и наоборот, показывает, наиболее проблемные аспекты.

Следующим новшеством стало проведение торжественных мероприятий по следующим праздничным датам: "День печати Татарстана" ("День журналистики"), "День призывника", "Последний звонок" и торжественное вручение первых паспортов. Рассмотрим эти мероприятия подробнее.

Одну из важнейших задач в освещении деятельности Совета и исполнительного комитета Нижнекамского муниципального района Республики Татарстан выполняют средства массовой информации. Сегодня в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район" успешно работают 16 средств массовой информации. Среди масс-медиа Нижнекамска и Нижнекамского района 9 печатных изданий, 3 телекомпании, 2 радиостанции, 1 официальный веб-сайт и городской детско-юношеский пресс-центр "Бегемот ТВ".

Средства массовой информации города ведут активную работу по освещению работы руководства города и всех городских структур, формируя общественное мнение. На телеканале Нижнекамской телерадиокомпании (НТР) организуются встречи в прямом эфире с главой Нижнекамского муниципального района, заместителями главы, руководителями промышленных предприятий, предприятий жилищно-коммунального хозяйства, управления внутренних дел, налоговых органов, управления здравоохранения, образования и дошкольного образования.

Для укрепления партнерских, взаимно дружественных и доброжелательных отношений между средствами массовой информации Нижнекамского муниципального района и местными органами власти, по инициативе последних, 19 мая было проведено мероприятие, посвященное Дню печати Татарстана. Праздник проходил в форме Сабантуя, на природе, где все представители средств массовой информации города могли легко и в непринужденной обстановке пообщаться с коллегами, представителями местных органов власти и управления. Примечательно, что за всю историю города, это первое мероприятие такого плана, и по восторженным отзывам журналистов Нижнекамска, можно сделать вывод, что он прошел успешно, а по заверению представителей муниципалитета станет ежегодным событием.

18 мая 2007 года с большим размахом прошел День призывника. В торжествах приняли участие военный комиссар Татарстана Сергей Погодин, руководители Нижнекамского района, призывники и их родители. День призывника в таком масштабе проходит впервые, и это большая работа. На местном уровне очень важно правильно позиционировать отношение всей вертикали власти к правам и обязанностям человека, а служба в армии – главная обязанность, гражданский долг юноши. От того, как будет организован сбор и отправка в армию, зависит доверие матерей, жителей города, и желание служить последующих призывников. И понимая это, муниципалитет проводит данное торжественное мероприятие. Примечательно, что призывникам были вручены альбомы с фотографиями города, и даже будучи далеко от нашего края, они не забудут Нижнекамск.

Одним из важных направлений работы со средствами массовой информации является ежедневная рассылка пресс-релизов. Пресс-релизы направляются всем средствам массовой информации по средством электронной почты. Еженедельно пресс-служба планирует свою работу со средствами массовой информации. В понедельник все желающие средства массовой информации получают недельный график мероприятий, где зафиксированы все городские мероприятия. Сюда включаются события, происходящие не только в Доме Советов муниципального образования, но и в большинстве государственных организаций расположенных в городе. Это милиция, военкомат, налоговые органы. Пресс-служба Совета работает как пресс-служба города.

Также интересно и красочно впервые в нашем городе в этом году были проведены "Последний звонок" 25 мая, День защиты детей 1 июня. Все эти мероприятия развивают чувство причастности к городу и району, формируется чувство ответственности за развитие муниципального образования.

Рассмотрим практику внедрения в управление муниципальным образованием "Нижнекамский муниципальный район" новых информационных технологий. Так, в мае 2007 года все районные центры, городские округи, министерства и ведомства Республики Татарстан, а также территориальные управления органов исполнительной власти Российской Федерации в Татарстане были подключены к единой системе видеоконференцсвязи. Опробована на практике система видеоконференцсвязи с 15 районными центрами была 13 апреля на очередном заседании Республиканской межведомственной комиссии по повышению уровня жизни и легализации доходов, состоявшемся в Кабинете Министров Республики Татарстан. Видео-конференция становится уже традиционной формой общения Кабинета Министров и муниципальных образований Республики Татарстан и сейчас еженедельно средства массовой информации муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" могут еженедельно присутствовать на таких видеоконференциях, задавать вопросы и участвовать в беседе.

Так например, 15 мая 2007 года Управлением записи актов гражданского состояния Кабинета Министров Республики Татарстан проводилась видеоконференция "Семья Татарстана", посвященная Международному дню семьи. Президент России Владимир Путин в своем Послании Федеральному собранию Российской Федерации поддержал инициативу об объявлении 2008 года Годом семьи в России. Это должно позволить объединить усилия государства, общества, бизнеса вокруг важнейших вопросов укрепления авторитета и поддержки института семьи, базовых семейных ценностей.

По-мнению автора, такие глобальные мероприятия по официальному объявлению года под какой-либо эгидой, для решения социальных проблем общества, несомненно, имеют значение и вносят большой вклад в решении острых вопросов и проблем. Такие инициативы со стороны Президента Российской Федерации, Президента Республики Татарстан инициируют на региональном и муниципальном уровне локальные PR-акции, проведение крупномасштабных акций с охватом большого количества людей.

Так, объявленный в Республике Татарстан 2007 год – Годом Благотворительности, активизировал местные органы власти на проведение таких мероприятий, как "Эстафета добра", "Неделя добрых дел", организация благотворительных форумов при поддержке предприятий города. В средствах массово информации увеличилось количество социальной рекламы, социальных программ. Так, на канале Нижнекамской телерадиокомпании НТР реализуется проект "Надежда", это передача о нуждающихся людях города и района. Этот проект получил большую популярность среди всех жителей муниципального образования .

В настоящее время проходит яркая акция под названием "Посади дерево". Она стартовала 28 марта 2007 года по инициативе местных органов власти. 24 мая в рамках акции, на территории, прилегающей к Школьному бульвару, деревья и кустарники высаживали представители руководства города и района. Эта PR-акция несомненно привлечет внимание общественности к благоустройству и озеленению города, а также поможет скорректировать имидж местных органов власти, приблизив их к жителям муниципального образования.

Отделом по работе со средствами массовой информации муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" проводится большая работа со средствами массовой информации города и района, регулярно рассылаются пресс-релизы, все средства массовой информации еженедельно получают график мероприятий о проводимых мероприятиях в городе. Но эта деятельность не достаточна. Для повышения эффективности деятельности Отдела по работе со средствами массовой информации Совета муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район, автором предлагается Программа. Этапы программы даны в следующем подразделе выпускной квалификационной работы.

**3.3 Рекомендации по улучшению работы пресс-служб и применению PR-технологий в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район" Республики Татарстан**

Анализ отчетов работы Отдела по работе со средствами массовой информации Совета Нижнекамского муниципального района за 2004, 2005, 2006 годы показал, что специалистами отдела велась активная работа по освещению деятельности органов местного самоуправления и доведения официальной информации, муниципальных правовых актов до сведения населения. Это необходимая и обязательная деятельность каждого муниципального образования. Но она недостаточна, кроме информирования, необходимо также налаживать связи с общественностью – это значимая регулярная и планомерная работа с населением, внедрение PR-технологий в муниципальном управлении, нужен систематический учет общественного мнения, анализ, регулярная связь населения и муниципальных органов власти.

Для выполнения этих функций, даже при очень эффективной работе пресс-службы недостаточно. Отдел по работе со средствами массовой информации Нижнекамского муниципального района выполняет собственно роль пресс-службы, а для действительно эффективного и конструктивного диалога местных властей и жителей необходимо создать Отдел по связям с общественностью. Само название Отдел по связям с общественностью говорит само за себя. Общественность – это собирательное понятие, в котором проявлена его сущность: объединение различных социальных групп и групп интересов, которые необходимо учитывать в ходе принятия управленческих решений.

Деятельность по связям с общественностью – это управление массовыми коммуникациями, информационными процессами и информационными потоками. Муниципальное управление немыслимо без профессионального и конструктивного информационного взаимодействия с населением, объектом управления, а также без эффективного управления таким взаимодействием. Однако взаимодействие с населением – это не только и не столько одностороннее информирование, сколько двусторонняя связь. Она должна строиться на основе субъект-субъектных взаимоотношений и представлять собой диалоговую коммуникацию. Роль служб по связям с общественностью органов муниципального управления в построение эффективных отношений общества с представителями управляющих структур является актуальнейшей задачей на сегодня.

Автором работы предлагается программа мероприятий по построению эффективных отношений между муниципалитетом и жителями муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район".

Программа состоит из пяти основных этапов, но необходимо отметить, что реализация их не является строго поэтапной, а может быть представлена системой мер, осуществляемых параллельно. Так, например, в один и тот же период времени может внедряться два этапа проекта – создание информационного бюллетеня и изменение, добавление разделов в официальном сайте Нижнекамского муниципального района. Но на каждом этапе внедрения программы необходим регулярный контроль за правильностью реализации, расчет ожидаемых эффектов, показателей и сопоставление их с запланированными ранее. Программа рассчитана на реализацию в течении одного года. Автором работы предполагается, что куратором проекта может стать руководитель аппарата Совета – Долотказина Э.Р.

**Программа эффективного налаживания связей с общественностью в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район":**

– преобразование отдела по работе со средствами массовой информацией и общественными формированиями в Отдел по связям с общественностью и СМИ;

– проведение масштабного социологического исследования уровня информированности населения о деятельности органов местного самоуправления;

– создание информационного бюллетеня муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район";

– внесение изменений в структуре сайта муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район". Создание раздела "Обратная связь";

– проведение ряда PR-мероприятий, создание блоков PR-проектов для изменения имиджа муниципального образования, создание корпоративного духа города, ощущение причастности к местному самоуправлению.

Первый этап – преобразование Отдела по работе со средствами массовой информации Совета муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" в Отдел по связям с общественностью и массовым коммуникациям

Предполагаемая структура Отдела по связям с общественностью и средствами массовой информации даны в рисунке 4.

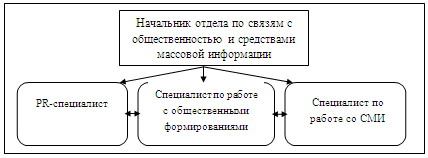


Рисунок 4 – Предполагаемая структура Отдела по связям с общественностью и СМИ Совета муниципального образования Нижнекамский муниципальный район

Очевидно, что просто изменения в название Отдела не привнесет в работу специалистов ничего нового. Должна быть изменена структура Отдела, разработаны новые должностные инструкции, увеличен штат специалистов. Вариант Положения об отделе по связям с общественностью Отдела по связям с общественностью и средствам массовой информации был разработан автором работы и дан в приложении Л.

Вторым шагом программы, должно стать проведение масштабного социологического исследования уровня информированности жителей муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" о деятельности местных органов власти. Опрос респондентов должен быть проведен по целому спектру вопросов: начиная от уровня информированности жителей муниципального образования о деятельности местных органов власти, изучение отношения жителей к муниципалитету, анализ работы средств массовой информации.

Автором, как уже было сказано во второй главе работы, было проведено исследование, но оно требует уточнения и дополнения, более широкого охвата жителей города. Исследования должны проводиться регулярно, систематически – это основа эффективной деятельности отделов по связям с общественностью.

Анализ данных исследования проведенного автором работы, свидетельствует о том, что назрел вопрос об учреждении собственного печатного издания муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" Республики Татарстан, которое бы способствовало развитию информационного взаимодействия местных органов власти с жителями района. С точки зрения автора работы, такое издание должно быть представлено в форме ежемесячного информационного бюллетеня, распространяющегося бесплатно. Создание проекта и издание бюллетеня – третий этап программы.

На страницах бюллетеня жители города и района смогут ознакомиться с информацией, касающейся изменений в законодательстве, в таких сферах жизнедеятельности города, как жилищно-коммунальное хозяйство, градостроительство, земельные и имущественные отношения, жилищная политика, а также работа Совета муниципального образования. Глава муниципального образования, руководители исполнительного комитета и депутаты смогут на страницах муниципального бюллетеня ответить на интересующие жителей вопросы, прокомментировать основные городские события и принятые решения.

Помимо этого, в бюллетене большое внимание должно уделяться обратной связи с населением. Как один из вариантов PR-мероприятия, автором предлагается в фойе учреждений города установить ящик с надписью "Вопросы для Главы". Опыт установления таких ящиков есть в некоторых учреждениях нашего города, например, в государственной инспекции безопасности дорожного движения. Таким образом, жителям уже знакома и понятна функция таких ящиков, и жители города и района смогут приносить все свои предложения и пожелания Главе муниципального района, задавать вопросы, ответы на которые получат на страницах бюллетеня. Тем самым у населения Нижнекамского муниципального района, помимо существующих на сегодня местных газет, появится еще один достоверный источник информации. Исследование показало, что жители хотят, чтобы появился такой бюллетень (так ответили 68 процентов респондентов), а имеющимся местным газетам читатели не доверяют (11 процентов), предпочитая региональные и федеральные средства массовой информации (34 процента анкетируемых).

На страницах информационно-аналитического бюллетеня муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" должны быть опубликованы различные материалы, посвященные тем или иным проблемам реализации Федерального закона "Об общих принципах организации местного самоуправления", отзывы с районов, интервью Главы, комментарии экспертов и так далее.

Причем главы представительных органов муниципалитетов должны быть активными и постоянными авторами издания. Если представительные органы муниципальных образований не будут принимать участие в его формировании, то он будет не только неинтересен для жителей, но и, прежде всего, потеряет свое значимость. Надо, чтобы руководители муниципальных учреждений, муниципальные служащие и должностные лица муниципальных органов власти сами ставили проблемы и предлагали пути их решения, или ставили вопрос на обсуждение жителей муниципального образования, на страницах информационного бюллетеня. Бюллетень "Нижнекамский муниципальный район" станет площадкой, которая позволит авторам выражать свои мысли и предлагать определенные решения, не только будет информировать население муниципального района, но и даст возможность дискутировать, предлагать варианты решений. Бюллетень даст возможность проводить регулярные опросы жителей, выявлять проблемы в первую очередь интересующие населения, будет постоянный учет и оценка общественного мнения.

Так как на начальном этапе реформирования местного самоуправления у муниципальных образований еще недостаточно собственных средств, не найдены собственные источники получения денежных и финансовых средств, и на организацию и издание муниципального бюллетеня для муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" недостаточно бюджетных средств. Для решения этой проблемы автором работы предлагается организовать установку стендов Отдела по работе со средствами массовой информации на территории города. Они будут выполнять роль информатора о деятельности местных органов власти, а затем, когда денежные средства на издание газеты будут заложены в бюджет, можно будет наладить издательство муниципального бюллетеня.

Перед началом установки стендов должен быть проведен анализ и выявлены места "массового скопления граждан". При этом должны учитываться факторы, влияющие на сохранность стендов и возможность населения их прочитать. Как пример: социальные центры (пенсионный фонд, центр социальной защиты), медицинские учреждения, финансовые учреждения, учебные заведения. Таких мест можно определить чуть более ста. На этих информационных стендах, один раз в две недели размещать материалы, касающиеся жизни города, проводимых конкурсах, постановления исполнительного комитета, поздравления со знаменательными датами, объявления о публичных слушаниях, инициативах властей.

В пресс-службе за одним из сотрудников необходимо закрепить функции по подготовке материалов и их размещение. С технической точки зрения, на стенде размещены должны быть размещены прозрачные пластиковые "конверты" среднего формата, куда помещаются тексты.

Следующим, четвертым этапом программы, является внесение изменений в структуре сайта муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район". Преобразования сайта, открытость руководителей различных структур муниципального образования, постоянный контакт с посетителями сайта – все это позволит установить доверительные, диалоговые отношения жителей муниципального образования и местных органов власти.

Популярность и известность сайта должно принести участие в российском конкурсе "Лучший сайт муниципального района", заявка на участие в котором может быть подана после изменения некоторых разделов сайта.

Основным этапом преобразования сайта станет создание "Интерактивной приемной". Таким образом – посетители сайта смогут задать вопрос Главе муниципального образования, депутатам Совета, руководителям структурных подразделений исполнительного комитета Нижнекамского муниципального района. Таким образом, жители города смогут оперативно получить компетентный ответ на волнующий их вопрос. Решиться проблема долгого ожидания своей очереди на прием к руководителю, тем более что для многих первый вопрос: "к кому обратиться за помощью?". В интерактивной же приемной, в зависимости от тематики проблемы просьба, вопрос будут автоматически передана тому должностному лицу, который компетентно сможет на него ответить. На главной странице сайта также должен быть создан раздел для опросов пользователей сайта. Результаты опроса должны быть открыты для всего населения, необходимо создать возможности для активного обсуждения результатов, ответов посетителей. Тогда оперативно, систематически можно будет учитывать общественное мнение населения муниципального образования. На сайте будет указан электронный адрес разработчиков сайта для внесения предложений, замечаний, которые смогут передавать пользователи. Проект раздела "Прямая связь" дан в приложении К.

Главный акцент программы – взаимозависимость каждого этапа. Так, концепция информационной работы с населением должна будет включать в себя взаимную поддержку информационного бюллетеня и сайта муниципального образования. На сайте будут регулярно размещаться все опубликованные материалы бюллетеня, сообщаться о сроках выхода очередного номера. В газете постоянно размещаться адрес официального сайта муниципального района, на котором жители могли бы получить дополнительную информацию и задать вопросы.

Кроме того, для информирования населения о действующем сайте будут задействованы стенды, все средства массовой информации: периодические заметки в местных печатных средствах массовой информации, оповещение через радио и "бегущие строки" телевидения. Необходимо внятно, понятно объяснить населению о новых возможностях Интернет - приемной, рассказывать о местах, где бесплатно раздаются информационные бюллетени, и если интерес населения к ним будет расти, то можно будет рассылать их по почтовым ящикам. Но пока, для муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район", рассылка информационного бюллетеня каждому жителю – роскошь, очень дорогой метод информирования граждан. Первые выпуски бюллетеня можно оставлять в муниципальных, государственных учреждениях, финансовых и торговых центрах.

Пятый этап – планирование и реализация ряда PR-проектов. Условно разделим их на две группы. Первая – PR-мероприятий, ориентированные на муниципальных служащих. Такие проекты должны укрепить корпоративный дух сотрудников, сплотить коллектив. А также изменить отношение к "клиентам" получающим муниципальные услуги. Можно организовать ежегодный праздник "День муниципального служащего", который сплотит коллектив муниципальных служащих, поможет сотрудникам почувствовать причастность к единому делу, на благо людей, проникнуться важностью профессии, сопричастности к муниципальному образованию. У каждого сотрудника Совета муниципального образования, исполнительного комитета, то есть у всех муниципальных служащих и должностных лиц должны быть фирменные атрибуты муниципального образования. Можно подарить в первый год проведения праздника футболки, кепки с надписью "Нижнекамский муниципальный район", изображением геральдики. Для рабочих кабинетов можно также закупить канцелярские предметы с изображением флага, герба муниципального района.

Вторая группа – PR-проекты по работе со средствами массовой информации и налаживанию связей с населением муниципального образования. Прежде всего, необходимо внедрить традицию еженедельного проведения пресс-конференций представителей Совета муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район", руководителей исполнительного комитета с прессой. Организовывать ежегодные посещения трудовых коллективов крупных предприятий и организаций города и района руководителями и специалистами городских служб, с целью обеспечения информированности жителей муниципального района о деятельности местных органов власти. Важным является создание новых программ на телевидении, радио, газетных рубрик по "прямой связи" с населением и местными властями.

**4. Программное обеспечение выпускной квалификационной работы**

**4.1 Обоснование социальной значимости внедрения разработанных мероприятий**

Муниципальные органы власти – это, прежде всего коллективная ответственность, требующая делового партнерства и сотрудничества между общественностью и избранными или назначенными в органы местного самоуправления лицами. Связи с общественностью, PR-технологии – это наиболее эффективное средство достижения такого сотрудничества.

Главной целью предложенной автором выпускной квалификационной работы Программы эффективного налаживания связей с общественностью в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район", и в частности основной деятельностью предложенного проекта Отдела по связям с общественностью, должно стать – развитие гражданского самосознания жителей муниципального образования, воспитание у людей активного интереса к проблемам местного самоуправления.

Это может проявиться в стремлении к выдвижению своей кандидатуры на выборную должность или в требовании к представителям местных властей, чтобы они отчитывались перед избирателями о своей работе. Повышение интереса общественности к делам местного самоуправления дает возможность избежать сосредоточения власти в руках группы людей, имеющей пусть даже самые добрые намерения, и помогает избранным на административные посты лицам конструктивно относиться к возложенной на них ответственности.

Без сотрудничества местных органов власти и населения муниципального образования, его участия в управлении, не возможно говорить о развитии демократии, успешном ходе реформирования местного самоуправления в Российской Федерации. Роль пресс-служб, управлений по связям с общественностью созданных в структуре органов муниципального управления состоит в налаживание взаимосвязи населения и представителей местных властей. Само название служб по связям с общественностью отражает их значимость в решении социально-политических задач. Общественность – это собирательное понятие, в котором показана его сущность: объединение различных социальных групп и групп интересов, которые необходимо учитывать в ходе принятия управленческих решений.

Отдел по связям с общественностью Совета муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" должен стать основным инструментом мониторинга социальных интересов, на основании которых должны приниматься взвешенные и эффективные управленческие решения, без которых немыслимы общественная интеграция и баланс интересов.

Посредством проводимых специалистами Отдела по связям с общественностью проектов, PR-мероприятий должен осуществляться диалог представителей органов муниципального образования и его жителей. Этот диалог должен быть нацелен не только на обмен информацией – в ходе него должно осуществляться обсуждение и выбор оптимальной с точки зрения, всех участников диалога, стратегии социального развития муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район". А уже тактика развития муниципального образования должна реализовываться в конкретных действиях управления на основе принятия решений Совета муниципального образования и исполнительного комитета района.

Таким образом, будут учтены интересы всех жителей муниципального образования, как лично, через акции "Прямой связи", внедряемых PR-технологий, участии в опросах, анкетировании, а также через представителей – депутатов, входящих в состав Совета Нижнекамского муниципального района.

Также необходимо подчеркнуть, что посредством PR-коммуникаций органов муниципальной власти и управления и общественности происходит осуществление гражданами конституционных прав по принятию общественно значимых решений, что позволяет наполнить идею народовластия, демократии реальным содержанием.

Социальная значимость предлагаемых в работе мероприятий является, прежде всего – аккумуляция и выражение социальных интересов, способность созданного Управления по связям с общественностью проводить широкое обсуждение, сбор и обобщение предложений, конструктивных инициатив по практическому устройству жизни муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район". Это будет осуществляться согласно мероприятиям Программы эффективного налаживания связей с общественностью муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район". К этим мероприятиям относится: издание информационного бюллетеня, изменение сайта муниципалитета, внедрение в практику муниципального управления PR-технологий, и конечно, основной этап – реорганизация Отдела по работе со средствами массовой информации в Отдел по связям с общественностью.

Результатом реализации всех этапов предложенной программы станет выработка всесторонних решений в виде планов и комплексных программ развития города и района в целом при участии общественности. После принятия решения кто-то может оказаться в меньшинстве, но задействованное в его выработке большинство становится неформальным проводником принятой программы.

Рассмотрим, как можно будет рассчитать степень эффективности внедрения предложенных мероприятий.

Первый критерий – степень достижения поставленной цели. Внедряемое PR-мероприятие, осуществляемое специалистами Отдела по связями с общественностью Совета Нижнекамского муниципального района, будет считаться эффективным, если поставленная цель выполнена. На каждый этап программы определяется своя основная целя, и несколько подцелей. Например, это может быть, увеличение уровня информированности населения муниципального района за шесть месяцев реализации Программы на 5-7 процентов. Это будет выяснено с помощью регулярно проводимых Управлением по связям с общественностью опросов граждан. Такой подход объединяет анализ применяемых стратегий, но не дает возможности в полной мере проанализировать успехи и недостатки, сделать выводы на будущее. При этом критерии подразумевается практически неограниченное использование ресурсов, что доступно далеко не всегда.

Второй критерий расчета эффективности – оценка результативности. Этот метод близкий к предыдущему критерию. В этом случае анализируются все результаты, как основные, так и сопутствующие, как запланированные, так и дополнительные. Все эти результаты ранжируются или им присваивается определенное число баллов для выведения общей интегральной оценки результативности управления связей с общественностью и сравнения ее с другими показателями. Можно например, кроме измерения уровня информированности, проранжировать этот показатель по должностным лицам местного самоуправления, уровень доверия к депутатам Совета, исполнительному комитету и так далее.

Следующий показатель – оценка эффективности управления связей с общественностью. Оценка эффективности часто предшествует анализу результативности, когда полученные результаты сравниваются с затратами, чаще всего, приведенными к стоимостному эквиваленту. Например, можно рассчитать стоимость мероприятий по информированию определенной социальной группы, например молодежи. Это может быть PR-акция для молодого поколения Нижнекамского муниципального района, расходы на которую рассчитываются по смете.

Также может быть применен такой критерий, как оценка по интегральному показателю. Каждый из приведенных показателей не может в полной мере служить основой оценки реализованных этапов Программы по эффективному налаживанию связей с общественностью в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район". Поэтому необходимо разработать интегральные системы оценок, включающие в себя все перечисленные выше критерии, для этого нужно подключить к разработке таких показателей грамотных экспертов.

Для расчета эффективности, реализуемых мероприятий Программы эффективного налаживания связей с общественностью в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район", распространение информации на уровне муниципального образования, муниципальных образований республики и на федеральном уровне, необходимо использовать такой метод, как расчет числа статей и новых упоминаний в средствах массовой информации о муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район", освещение деятельности местных органов власти. Число появлений таких материалов – наиболее популярный показатель реализации PR-программ. Этот метод оценки дает быстрый экономический и ощутимый уровень известности в результате реализации этапов Программы. Например, после проведения масштабной PR-акции, как празднование Дня печати Татарстана, в средствах массовой информации появилось много публикаций на эту тему в местных и региональных печатных, телевизионных средствах массовой информации, а также много заметок в сети Интернет. Рассчитывая результат, за первые полгода работы издания муниципального бюллетеня можно рассчитать, насколько наладились рабочие отношения с общественными организациями муниципального образования, трудовыми коллективами, количество откликов от населения, в том числе: критических замечаний, предложений, благодарности в адрес местных органов власти. По этим же критериям рассчитать ответную реакцию жителей на деятельность муниципалитета в разделе "Электронная приемная", созданная на сайте муниципального образования.

Основная сложность в проведении информационной работы с населением заключается в преодолении негативной установки жителей по отношению к местной власти, недоверие к работе муниципального совета. С другой стороны, отсутствие нормальной деловой включенности депутатов в информационную работу с населением становится реальным препятствием для развития связей с общественностью на уровне местного самоуправления. Создание информационного бюллетеня и периодические публикации комментариев, статей и заметок депутатов Совета и представителей исполнительного комитета муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" решит проблему "закрытости" власти, позволит населению узнать о проделанной работе муниципалитета, и укрепит к ним доверие населения.

Таким образом, с помощью реализации всех этапов Программы эффективного налаживания связей с общественностью в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район", за относительно короткий промежуток времени (около 2-5 месяцев) можно наладить регулярное информирование населения о работе Совета муниципального образования, исполнительного комитета, установить обратную связь с населением и общественными организациями, повысить уровень доверия населения к местным органам власти и улучшить имидж города. Реализация программы будет способствовать развитию гражданского самосознания, и воспитывать у населения активный интерес к проблемам местного самоуправления. Это может проявиться в стремлении к выдвижению своей кандидатуры на выборную должность или в требовании к представителям местных властей, чтобы они отчитывались перед избирателями о своей работе. Местные органы власти гораздо в большей степени и более четко, чем какие-либо другие сферы, нуждаются в организованных и налаженных PR-проектах, ибо неинформированные население не может содействовать процветанию демократии.

**4.2 Математическое и статистическое обеспечение выпускной квалификационной работы**

Математико-статистическое обеспечение выпускной квалификационной работы опирается на применение различных показателей, таких как средняя арифметическая величина, среднеквадратическое отклонение, коэффициент корреляции и так далее. Рассмотрим более подробно результаты применения этих и других показателей на двух важнейших вопросах, задаваемых респондентам в анкете социологического исследования. Первый вопрос – оценка уровня информированности жителей муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" о деятельности местных органов власти, и второй вопрос, по уровню доверия населения к местным органам власти и управления.

Для подтверждения, или опровержения гипотезы социологического исследования, проведенного автором выпускной квалификационной работы, в расчетах используется метод корреляционного анализа.

Выдвинутая автором гипотеза сформулирована в следующих тезисах:

– участие граждан в деятельности органов местного самоуправления недостаточное (характеризуется равнодушием, безынициативностью населения, боязнью всего нового, в том числе и новых руководителей);

– одной из причин вышеперечисленных явлений, является неумелое, неэффективное использование органами местного самоуправления PR-технологий, отсутствие в пресс-службах специалистов по связям с общественностью;

– недостаточная информированность населения о деятельности местных властей, при наличии потребности населения в данной информации;

– взаимосвязь между уровнем информированности жителей муниципального образования о деятельности местных органов власти и их доверия к ним.

Последнее предположение, о существующей взаимосвязи между уровнем информированности и уровнем доверия к деятельности местных органов власти, проверим с помощью корреляционного анализа.

Данные по уровню информированности граждан о деятельности местных органов власти и доверия к их деятельности, были выявлены с помощью анкетирования населения муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район". Расчет выборочной совокупности дан в программе социологического исследования, пункт 4.4 Социологическое обеспечение выпускной квалификационной работы.

Ответы респондентов, проведенного социологического исследования, на вопросы по уровню информированности и доверия к деятельности местных органов власти, отражены в таблице – 2.

Таблица 2 – Распределение ответов на вопросы о информированности и доверии к деятельности местных органов власти

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вопрос | Вариант ответа | Ответы (в процентах) |
| 1 Ваш уровень осведомленности о деятельности органов местного самоуправления | а) совсем не информирован | 7,2 |
| б) информирован, но хотел бы знать больше | 58,2 |
| в) хорошо освещен о деятельности МСУ | 10,5 |
| г) затрудняюсь ответить | 11 |
| д) не интересуюсь деятельностью местных органов власти | 13,1 |
| 2 Доверяете ли Вы органам местной власти | а) совсем не доверяю | 8,5 |
| б) доверяю частично | 68 |
| в) да, полностью доверяю | 4,5 |
| г) затрудняюсь ответить | 6 |
| д) мне безразлична их деятельность | 13 |

Корреляционный метод – один из экономико-математических методов исследования, позволяющий определить количественную взаимосвязь между несколькими явлениями исследуемой системы. Корреляционная зависимость в отличие от функциональной может проявляться только в общем, среднем случае, то есть в массе случаев – наблюдений. Поэтому корреляция представляет собой вероятностную зависимость между явлениями, при которой средняя величина параметров одного из них изменяется в зависимости от других [8, с. 232].

Основными задачами при изучении корреляционных зависимостей является: отыскание математической формулы, которая бы выражала эту зависимость X от Y; измерение тесноты такой зависимости.

Прямолинейное уравнение регрессии, выражено в функции (1):

= +\*, (1)



где – параметр уравнения, которые рассчитываются по формуле (2);



– параметр уравнения, который рассчитывается по формуле (3).



Рассмотрим эти формулы и рассчитаем их значения.

= , , (2)



где – среднее значение переменной ;



– среднее значение переменной ;



– среднее значение квадрата переменной ;



– среднее значение переменной в квадрате.



Рассмотрим формулу (3) расчета переменной .



= – \*, (3)



где, – среднее значение переменной ;



– параметр уравнения, который находится по формуле (2);



– среднее значение переменной .



Расчеты для нахождения значений по формуле (2) и по формуле (3) приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Расчеты уравнения регрессии

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Рассчитанные значения показателей | | | | |
| Y | X | XY | X2 | Y2 |
| 68 | 58,2 | 3957,6 | 3387,24 | 4624 |
| 13 | 13,1 | 170,3 | 171,61 | 169 |
| 6 | 11 | 66 | 121 | 36 |
| 4,5 | 10,5 | 47,25 | 110,25 | 20,25 |
| 8,5 | 7,2 | 61,2 | 440,64 | 72,25 |
| ∑ 100 | ∑ 100 | ∑ 4302,35 | ∑ 4230,74 | ∑ 4921,5 |

Таким образом, рассчитав все необходимые расчеты в таблице, рассчитаем неизвестные показатели.

= (860,47 – 20\*20)/(846,15 – 20\*20) = 460,47/446,15 = 1,03;



= 20 – 1,03\*20 = 20-20,6 = – 0,6;



= 4302,35/5 = 860,47;



= 4230,74/5 = 846,15;



= 4921,5/5 = 984,3.



Подставив полученные значения параметров и в уравнение регрессии, получим следующее уравнение: = – 0,6 + 1,03\*.



Для измерения тесноты зависимости между и , воспользуемся линейным коэффициентом корреляции, рассчитываемая по формуле (4).



r =, (4)



где – среднее квадратическое отклонение в ряду х;



– среднее квадратическое отклонение в ряду у.



Рассчитаем среднее квадратическое отклонение показателей х и у, по формулам (5) и (6), соответственно.

= , (5)



Все значения параметров формулы уже найдены, подставим их в формулу для расчета. Итак, среднее квадратическое отклонение

== 21,12.



Те же вычисления проведем для расчета , вычисляемая по формуле (6).



= , (6)



Подставим значения из таблицы 6 и получим = = 24,17.



Подставим найденные значения средних квадратических отклонений и в уравнение линейного коэффициента корреляции. Получим следующее значение r = (860,47 – 20\*20)/(21,12\*24,17) = 460,47/510,47 = 0,902.



Чем ближе рассчитываемый коэффициент корреляции к плюс единице (при прямой зависимости), и к минус единице (при обратной зависимости), тем выше теснота связи. Соответственно при коэффициентах корреляции равной 0,902 мы можем констатировать, очень тесную связь между показателями информированности респондентов о деятельности местного самоуправления и их доверием к местным властям.

При расчете коэффициента корреляции, особенно если он исчислен для небольшого числа наблюдений, очень важно оценить его надежность (значимость). Для этого рассчитаем среднюю ошибку коэффициента корреляции, по формуле (7).

, (7)



где – число степеней свободы при линейной зависимости.



Найдем также отношение коэффициента корреляции к его средней ошибке, то есть t, по формуле (8). Этот показатель сравнивается с табличным значением t-критерия Стьюдента.

t (8)



Подставим уже найденные значения параметров в формулы.

= (1 – (0,902)2/ = 0,107;



t расчетное = r/ = 0,902/0,107 = 8,49.



По таблице Стьюдента, находим, что при числе степеней свободы k равное 3 (5 – 2 = 3), и равное 0,05, табличное (критическое, пороговое) t равно 3,18.



Поскольку фактическое (расчетное) t больше табличного (8,49 больше, числа 3,18), то линейный коэффициент корреляции r равный 0,902 считается значимым, а связь между и – реальной.



Следовательно, с помощью статистических расчетов и анализа данных, автором установлена сильная корреляционная зависимость показателей уровня информированности опрошенных респондентов и уровня доверия их к местным органам власти.

**4.3 Правовое обеспечение выпускной квалификационной работы**

При написании выпускной квалификационной работы, автором были использованы различные нормативно-правовые акты. Основные законодательные нормы, которые были использованы в работе, регулировали и определяли основы местного самоуправления. Это связано с тем, что предмет изучения выпускной квалификационной работы – особенности и проблемы эффективной организации деятельности пресс-служб муниципальных образований.

Для полного и глубокого анализа изучаемой в работе проблемы организации пресс-служб органов местного самоуправления, автором рассматриваются нормативно-правовые акты, регулирующие основы местного самоуправления.

Так, автором была изучена Европейская Хартия местного самоуправления, принятая 15 октября 1985 года [12].

В преамбуле Хартии закреплены положения, характеризующие роль местного самоуправления и значение участия населения в деятельности местных органов власти.

Рассмотрим эти основополагающие тезисы:

– право граждан участвовать в управлении государственными делами относится к демократическим принципам, разделяемым всеми Государствами – членами Совета Европы;

– это право наиболее непосредственным образом может быть осуществлено именно на местном уровне,

– существование наделенных реальными полномочиями органов местного самоуправления обеспечивает одновременно эффективное и приближенное к гражданам управление.

В статье 10 Европейской хартии о местном самоуправлении закреплено право местных органов самоуправления на ассоциацию. То есть органы местного самоуправления имеют право, при осуществлении своих полномочий, сотрудничать и в рамках закона вступать в ассоциацию с другими органами местного самоуправления для осуществления задач, представляющих общий интерес.

Конституция Российской Федерации закрепляет важнейшие положения о местном самоуправлении, которые развиваются затем в федеральном законодательстве и законодательстве субъектов Российской Федерации.

Основным для изучаемого вопроса является положение Конституции Российской Федерации о том, что местное самоуправление в Российской Федерации – это особая форма публичной власти народа, осуществляемая органами местного самоуправления (пункт 2, статья 3 Конституции Российской Федерации), местное самоуправление обеспечивает самостоятельное решение населением вопросов местного значения и осуществляется гражданами путем референдума, выборов, других форм прямого волеизъявления, через выборные и другие органы местного самоуправления [11].

Для раскрытия темы выпускной квалификационной работы, необходимо было также изучить формы участия населения в осуществлении местного самоуправления. Ознакомление населения с этими формами и активизация участия в них жителей муниципального образования – одна из задач пресс-служб.

Федеральный закон от 28 августа 1995 года № 154-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" в части 2 статьи 27 после перечисления таких форм участия населения в осуществлении местного самоуправления, как местный референдум, муниципальные выборы, собрание (сход) граждан, народная правотворческая инициатива, обращения в органы местного самоуправления, территориальное общественное самоуправление, указывает, что наряду с предусмотренными формами граждане вправе участвовать в осуществлении этого права в иных формах, не противоречащих Конституции Российской Федерации, федеральным законам и законам субъектов Российской Федерации [53, с. 24].

Федеральный закон от 6 октября 2003г. № 131 "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" в ст. 3 устанавливает, что граждане Российской Федерации осуществляют местное самоуправление посредством участия в местных референдумах, муниципальных выборах, посредством иных форм прямого волеизъявления, а также через выборные и иные органы местного самоуправления [54].

Федеральное законодательство служит основой законодательства субъектов Российской Федерации. Конституция Республики Татарстан устанавливает, что органы местного самоуправления самостоятельно управляют муниципальной собственностью, формируют, утверждают и исполняют местный бюджет, устанавливают местные налоги и сборы, осуществляют охрану общественного порядка, а также решают иные вопросы местного значения [55].

Закон Республики Татарстан "О местном самоуправлении в Республике Татарстан" от 28 июля 2004 года №45-ЗРТ, в главе 4 закрепляет формы непосредственного осуществления населением местного самоуправления и участия населения в осуществлении местного самоуправления [56].

Эти же формы закреплены в Уставе муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" Республики Татарстан [57], в Уставе муниципального образования "Город Нижнекамск" Нижнекамского муниципального района Республики Татарстан [58]. Там же отражены основные положения по деятельности Совета муниципального образования, исполнительного комитета и Главы муниципального образования.

Изучен федеральный закон "О средствах массовой информации". В нем определены понятия массовая информация, средства массовой информации, продукция средств массовой информации и другие определения [59]. Закон регламентирует основы организации деятельности средств массовой информации, регулирует, кто может быть издателем и учредителем СМИ.

При рассмотрении понятия "социальная реклама", автор опирался на Федеральный закон "О рекламе" от 13 марта 2006 года №38-ФЗ. Так статья 10 Федерального закона прописывает, что рекламодателями социальной рекламы могут выступать физические лица, юридические лица, органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления [60].

Пункт третий 10 статьи гласит, что заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы [60]. Следовательно, все средства массовой информации муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район", публикующие коммерческую рекламу обязаны также размещать и распространять социальную рекламу.

Автором работы также были использованы отчеты деятельности Управления по связям с общественностью и средствами массовой коммуникации исполнительного комитета муниципального образования "Город Набережные Челны" Республики Татарстан за 2004, 2005 и 2006 годы; отчеты деятельности отдела по работе со средствами массовой информации Совета муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" Республики Татарстан за 2004, 2005 и 2006 годы. Анализ этих правовых актов был проведен во втором разделе работы.

**4.4 Социологическое обеспечение выпускной квалификационной работы**

*Описание проблемной ситуации.* 1 января 2006 года на территории России реализуется Федеральный закон "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" № 131-ФЗ. Этот закон, по сути, является фундаментом всех политических и социальных преобразований в Российской Федерации, За короткий срок мы должны перейти на новые правила, сформировать российскую систему местного самоуправления. Однако отечественные традиции местного самоуправления на всех этапах истории страны развивались по инициативе и под контролем государства. До недавнего времени его структуры встраивались в строгую вертикаль. Поэтому основным Фактором, препятствующим формированию эффективной системы местного самоуправления, является отсутствие у населения традиций самостоятельного и под свою ответственность решения вопросов местного значения. Указанная особенность требует проведения специальных мероприятий по подготовке населения к эффективному участию в формировании и функционировании системы самоуправления на своей территории и решению вопросов местного значения. В массовом сознании граждан местное самоуправление представляется институтом, созданным исключительно органами государственной власти. Этот важнейший институт неизбежно воспринимается как часть системы органов государственной власти, что ослабляет мотивацию самоуправленческой деятельности граждан и тем самым обуславливает ее низкую эффективность,

В вопросе эффективности местного самоуправления важную роль играет уровень психологической готовности самого населения к реформе, данному аспекту в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район", к сожалению, уделяют пока недостаточное внимание. Образовались "ножницы" между позитивным настроем (заинтересованностью) населения в реформе и малой информированностью граждан о ее реализации. Потенциал реформирования существенно не используется. Работа, как правило, ведется в кругу руководителей и муниципальных служащих. Основные мероприятия реализации реформы рискуют оказаться заорганизованными и лишенными массовой поддержки.

Следовательно, задачей долговременного значения становится не только информирование населения, но и постепенное формирование самоуправленческих навыков и культуры самоуправления граждан. Необходимо налаживать тесное взаимодействие и конструктивное сотрудничество с общественными и политическими организациями в вопросах формирования общественного мнения, настроения граждан и общественных отношений в целом.

*Цель исследования* – проанализировать эффективность организации работы муниципалитета по информированию жителей муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" о деятельности местных органов власти.

*Объект исследования:*население муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" в возрасте от 18 лет.

*Предмет исследования:* уровень доверия граждан к деятельности местных властей, уровень информированности населения о деятельности органов местного самоуправления, отношение к местным средствам массовой информации.

*Логический анализ* (интерпретация и операционализация определений) *основных понятий.* Под *PR-инструментами* муниципального служащего понимается комплекс мер, направленных на достижение информационной открытости (прозрачности) органов МСУ, установление обратной связи с населением, формирование позитивной репутации местного уровня власти. PR-инструменты применяются на уровне МСУ с целью реализации информационной политики органов местного самоуправления.

Под *информационной политикой* органов местного самоуправления понимается совокупность основополагающих целей и принципов их деятельности в информационной сфере, задач и мер по их реализации. Основной целью информационной политики органа местного самоуправления является совершенствование и развитие системы информирования населения.

Под *системой информирования населения* понимается комплекс средств создания, распространения, хранения, поиска и использования информационных продуктов и услуг во всех сферах общественной деятельности, которыми располагают основные держатели информации.

*Гипотеза исследования.* Участие граждан в деятельности органов местного самоуправления недостаточное (безынициативность, боязнь всего нового, в том числе и новых руководителей). Одной из причин этого является неумелое, неэффективное использование органами местного самоуправление PR-технологий. Недостаточная информированность населения о деятельности местных властей, при наличии потребности населения в данной информации.

*Задачи исследования:*

– определить уровень информированности населения о работе органов местного самоуправления;

– проанализировать уровень удовлетворенности населения источниками информации о деятельности местного самоуправления;

– определить из каких источников население хочет получать информацию;

– проанализировать степень удовлетворенности и доверия населения к деятельности местного самоуправления;

– выявить возможности применения новых видов PR-технологий;

– определить, как жители оценивают имидж города и Главы муниципального образования.

*Метод сбора информации* – сбор первичной информации при помощи анкетного опроса; анализ отчетов деятельности Управления по связям с общественностью и средствами массовой коммуникации исполнительного комитета муниципального образования "Город Набережные Челны" Республики Татарстан за 2004, 2005 и 2006 годы; отчеты деятельности отдела по работе со средствами массовой информации Совета муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" Республики Татарстан за 2004, 2005 и 2006 годы. Анализ этих правовых актов был проведен во втором разделе работы.

*Расчет выборочной совокупности.*

Генеральной совокупностью является население муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" в возрасте от 18 лет. В рамках социологического исследования достаточной является выборочная совокупность равная 153 человек. Расчеты выборки отображены в таблице 4.

Таблица 4 – Расчет выборочной совокупности

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Возраст жителей | Данные о параметрах квоты в генеральной совокупности | | Число человек, подлежащих отбору по соответствующему признаку | |
| абсолютное число | в процентах |
| от 18 – до 30 лет | 54862 | 27 | 40 | 27 |
| от 30 – до 39 лет | 36556 | 18 | 27 | 18 |
| от 40 – до 49 лет | 48332 | 24 | 36 | 24 |
| от 50 – до 59 лет | 34663 | 17 | 26 | 17 |
| старше 60 лет | 29290 | 14 | 22 | 14 |
| Всего | 203703 | 100,0 | 150,0 | 100 |

Таблицы программы социологического исследования и анкета составлялись на основе научных трудов социологов Ф.Э. Шереги [63] и В.А. Ядова [64], по их методикам проведения прикладного исследования. Таблицы, план работы и анкета вынесены в приложение М, Н.

**4.5 Компьютерное обеспечение выпускной квалификационной работы**

Автором работы при написании выпускной квалификационной работы была использована операционная система Windows.

В отличие от операционной системы MS DOS, которая может управлять выполнением только одной программы, операционная система Windows может обеспечить одновременное и независимое друг от друга выполнение нескольких программ. Все ресурсы компьютера — оперативная память, процессор, дисковые устройства, дисплей, клавиатура, вспомогательные программы — используются всеми одновременно выполняющимися программами совместно. Операционная система своевременно и в нужном количестве выделяет каждой из этих программ нужные ей ресурсы. Это значит, что операционная система Windows является многопрограммной.

Основной программой для написания выпускной квалификационной работы явился текстовой редактор Microsoft Word, входящие в пакеты семейства Microsoft Office, широко известный как у нас в стране, так и во всем мире.

Первая версия редакторов этого семейства была разработана компанией Microsoft еще в 1983 году. К настоящему времени выпущено несколько версий пакетов Microsoft Office и редакторов Microsoft Word.

Рассмотрим назначение редактора Microsoft Word, которые были использованы при написании выпускной квалификационной работы. Так, текстовый редактор Microsoft Word предназначен для ввода, редактирования (изменения) и печати текстов различной сложности. Это мощный многофункциональный редактор с широчайшими возможностями, приближающимися к возможностям издательских систем. Однако благодаря более высокой скорости работы при вводе текста и большему уровню удобства работы с ним редактор Microsoft Word составляет серьезную конкуренцию многим издательским системам.

Редактор Microsoft Word обладает полным набором стандартных средств текстовых редакторов.

К ним относятся:

– ввод и внесение изменений в тексты, подготавливаемые на различных языках – русском, английском и так далее;

– перемещение по тексту;

– выделение, поиск и замена фрагментов;

– сохранение созданных или отредактированных документов в виде файлов на дисковых носителях;

– печать подготовленных в редакторе документов.

Также редактором идет автоматическая проверка правильности написания слов, включения в текст таблиц, рисунков, математических формул, набор многоколлоных текстов и другие средства подготовки документов [61, с.481].

Основные возможности и инструменты редактора Microsoft Word, которые были применены при написании выпускной квалификационной работы:

– набор заготовок (шаблонов) документов, наличие мастеров — подсистем, автоматизирующих работу над стандартными документами в стандартных ситуациях;

– ввод текста с автоматическим формированием строк, абзацев и страниц;

– ввод, просмотр и редактирование документов практически произвольных размеров, ограниченных только объемом свободной дисковой памяти;

– возможность импорта – преобразования файлов из форматов других редакторов в формат Microsoft Word – и экспорта – преобразования файлов из формата Microsoft Word в форматы других редакторов;

– несколько различных режимов просмотра редактируемых документов, обеспечивающих широкий диапазон возможностей по анализу внешнего вида и структуры полученного документа;

– выбор различных шрифтов, а также стиля и размера символов в выбранном шрифте;

– доступ к буферу обмена, позволяющему осуществлять перенос фрагментов как внутри одного документа, так и между различными документами и даже приложениями;

– включение в документ специальных символов, рисунков, иллюстраций, графиков, диаграмм;

– средства автоматизации работы с документами – автотекст, автозамена, автоформат, автоперенос;

– автоматизация подготовки списков;

– возможности создания фона, обрамления, подчеркивания;

– автоматизация построения таблиц.

Автором для обработки анкет, использованных при исследовании, была применена программа обработки электронных таблиц Microsoft Excel.

Программа обработки электронных таблиц Microsoft Excel, как и текстовый редактор Microsoft Word, входит в пакеты семейства Microsoft Office. В настоящее время используются в основном версии Microsoft Excel 7.0, Microsoft Excel 97, Microsoft Excel 2000, которые входят в пакеты Microsoft Office 95, Microsoft Office 97 и Microsoft Office 2000 соответственно.

Программа MS Excel – это мощный и достаточно простой в использовании пакет обработки электронных таблиц, предназначенный для решения широкого круга планово-экономических, учетно-статистических, научно-технических и других задач, в которых числовая, текстовая или графическая информация с некоторой регулярной, повторяющейся структурой представлена в табличном виде. Электронная таблица так же, как и обычная таблица, состоит из строк и столбцов, на пересечении которых располагаются ячейки. Однако, в отличие от обыкновенной, электронная таблица служит не только для наглядного представления числовой, текстовой и графической информации. Основное отличие электронной таблицы от обычной состоит в возможности размещения различных расчетных формул в ее ячейках, а также в широкой автоматизации обработки представленных в табличном виде данных [62, с. 37].

Программа обработки электронных таблиц Microsoft Excel обеспечивает пользователя богатым набором возможностей создания и изменения таблиц, которые могут содержать числа, текст, даты, денежные единицы, графику, а также математические и иные формулы для выполнения вычислений. Ввод данных в таблицы, их форматирование и выполнение различного рода вычислений в значительной степени автоматизированы. Предусмотрены средства представления числовых данных в виде диаграмм, создания, сортировки и фильтрации списков, статистического анализа данных и решения оптимизационных задач.

Кроме специфических инструментов, характерных для работы с электронными таблицами, Microsoft Excel обладает стандартным для приложений Windows набором файловых операций, имеет доступ к буферу обмена и механизмам отмены и возврата.

Microsoft Excel может работать с электронными таблицами и диаграммами, созданными в других распространенных пакетах, а также преобразовывать создаваемые им файлы для использования их другими программами.

Основные возможности и инструменты программы Microsoft Excel, которые были применены в работе автором:

– возможности создания и изменения таблиц произвольной структуры;

– автозаполнение ячеек таблицы;

– набор возможностей форматирования таблиц;

– набор разнообразных функций для выполнения вычислений;

– автоматизация построения диаграмм различного типа;

– механизмы создания и обработки списков (баз данных): сортировка, фильтрация, поиск;

– механизмы автоматизации создания отчетов.

Кроме специфических, характерных для программ обработки электронных таблиц Microsoft Excel обладает целым рядом возможностей и инструментов, используемых в текстовом редакторе Microsoft Word и в остальных приложениях пакета Microsoft Office, а также в операционной системе Windows:

– возможность импорта – преобразования файлов из форматов других программ обработки электронных таблиц в формат Microsoft Excel, и экспорта – преобразования файлов из формата Microsoft Excel в форматы других программ;

– доступ к буферу обмена, позволяющему осуществлять перенос фрагментов как внутри одного документа, так и между различными документами и даже приложениями;

– проверка правильности написания слов (орфографии) по встроенному словарю на разных языках;

– возможности форматирования символов, абзацев, страниц, создания фона, обрамления, подчеркивания.

Также автору работы в написании выпускной квалификационной работы использовал материалы Интернет – порталов.

Глобальная компьютерная сеть ИНТЕРНЕТ предоставляет возможность общения, передачи и поиска необходимой информации по всему миру. С помощью браузера Microsoft Internet Explorer можно получить информацию доступ ко всем ресурсам Интернета.

Использование поисковых систем Yandex, Rambler, Apport в глобальной сети позволяет определить направление исследовательской работы, осуществить подбор и сбор материала.

World Wide Web – Всемирная паутина, или просто Web, – это гипертекстовая сетевая информационная система. Она представляет собой, наверное, самый интересный и удобный вид услуг, включенных в Интернет. Программы, предназначенные для работы с World Wide Web, принято называть обозревателями, или браузерами. В отличие от обычных гипертекстовых систем, эти программы позволяют работать с гипертекстами, которые расположены на любых компьютерах, подключенных к сети Интернет. Причем доступ к запрошенной информации мало зависит от расстояния между компьютерами и осуществляется за очень короткое время. Эта возможность по сути дела превращает весь мир в единое информационное пространство.

Автором при подготовке к защите выпускной квалификационной работы была подготовлена презентация с помощью программы Microsoft Office PowerPoint.

Microsoft Office PowerPoint, как и любое презентационное программное обеспечение, позволяет создавать отдельные страницы, "слайды", содержащие текст, изображения, графики, видео и тому подобное. Слайды впоследствии можно распечатать, демонстрировать на экране или распространять через сеть.

Программа Microsoft Office PowerPoint является лидером среди систем для создания презентаций. С ее помощью текстовая и числовая информация легко превращается в профессионально выполненные слайды и диаграммы, пригодные для демонстрации перед современной весьма требовательной аудиторией. Разработчики PowerPoint исходили из предположения, что данная программа должна быть предельно понятной для пользователя и простой в эксплуатации. Одновременно, программа должна обеспечивать создание высокопрофессиональных презентаций, которые ранее могли быть созданы только профессионалами.

PowerPoint с успехом удерживает уже много лет лидерские позиции, предоставляя своим пользователям широкие возможности как в использовании уже готовых решений, так и в творческом поиске. Основной элемент презентации – слайд, это логически автономная информационная структура, содержащая различные объекты, которые представляются на общем экране в виде единой композиции. С помощью программы PowerPoint автор создал связанную последовательность слайдов, которая, собственно, и называется презентацией.

Для поиска правовых источников автором была использована справочно-правовая система КонсультантПлюс. Являясь постоянным пользователем правовых систем Консультант Плюс, у автора не возникает проблем с поиском правовой информации, с помощью этой системы можно всегда находиться в курсе последних изменений в Российском законодательстве. Удобная система поиска и высокая скорость обработки запросов в справочно-правовой системе Консультант Плюс позволили в считанные секунды найти ответы на любые, самые сложные правовые вопросы. Совокупный объем информационных ресурсов Консультант Плюс превышает 2 000 000 документов. Сегодня это наиболее полный источник информации, доступный пользователям справочных правовых систем.

Одно из главных достоинств Консультант Плюс - глубина, строгость юридической обработки, которая обеспечивает уникальные удобства и экономию времени пользователя.

**Заключение**

Проведя анализ большого объема литературы, автором было выявлено, что Российская Федерация вступила на путь формирования новой системы связей с общественностью. Сегодня уже существуют и активно создаются новые службы и отделы связей с общественностью на всех уровнях управления: федеральном, региональном и на уровне муниципального образования. Они осваивают разнообразные формы взаимодействия с различными группами общественности, принимают активное участие в функционировании механизма управления, а также осуществляют прямую и обратную связь между органами управления и группами общественности. Большое значение служб связей с общественностью в проведении PR-кампаний.

В ходе изучения различных определений, интерпретаций термина "связи с общественностью", "PR-технологии", автором было сформулировано понятие связи с общественностью, применительно к системе муниципального управления. Связи с общественностью в системе муниципального управления – это целенаправленное взаимодействие органов муниципального управления с гражданами и общественными институтами, которое можно определить как реализуемую ими информационно-коммуникативную функцию публичной власти и управления, позволяющую оценивать отношения различных кругов общественности к тем или иным решениям и действиям, идентифицировать провозглашаемую и реально проводимую политику, соотносить реализуемые программы с общественными интересами, формировать массовые представления по каким-либо проблемам для обретения общественного понимания, поддержки принятия и выполнения, соответствующих мер.

В теоретической части выпускной квалификационной работы, автором на основе различных научных определений PR было предложено определение PR-инструментов для муниципального служащего. Под ними понимается комплекс мер, направленных на достижение информационной открытости (прозрачности) органов местного самоуправления, установление обратной связи с населением, формирование позитивной репутации местного уровня власти.

Изучая практический опыт деятельности пресс-служб в структуре органов местного самоуправления в зарубежных странах и муниципальных образованиях Российской Федерации, автором был сделан вывод, что организация связей с общественностью имеет особое значение в деятельности органов и должностных лиц местного самоуправления. Главной целью таких структур является создание благоприятного имиджа власти в глазах общественности, а также получение ее поддержки и одобрения в своих действиях, формирование местного сообщества, объединенного интересами совместного проживания.

Автором также делается вывод, что в современной России к местному самоуправлению неприемлем односторонний подход. Учитывая многонациональный состав государства и менталитет граждан, целью муниципального управления должно стать неуклонное повышение общественного самосознания, развитие системы самоорганизации населения, предоставление гражданам права самостоятельно решать все насущные проблемы местной жизни.

Было установлено, что общественные взаимоотношения на уровне органов местного самоуправления имеют определенную специфику, поскольку муниципальная власть в наибольшей степени приближена к своим жителям, подотчетна населению. А потому должна быть открытой, понятной, иметь прочную устойчивую обратную связь с электоратом, всеми целевыми группами граждан. Связи с общественностью и PR-технологии на муниципальном уровне должны стать самым надежным инструментом управления системой социально-экономического развития.

В ходе написания выпускной квалификационной работы автором были определены задачи связей с общественностью на муниципальном уровне, к ним относятся:

– обеспечение участия граждан в управлении муниципальным образованием (городом, районом);

– возможность для граждан свободно выражать свое отношение к действиям местных органов власти;

– возможность производить корректировку целей, поставленных перед органами местного самоуправления.

Положительное значение служб связей с общественностью очень велико. Они обеспечивают реальное участие членов общества в управлении, помощь индивидам, защиту интересов социальной сферы, просвещение и образование групп общественности и так далее. Реалистическим представляется вывод, что у служб связей с общественностью есть возможности самосовершенствования, приближения к идеальному исполнению роли посредника между интересами граждан и органами управления.

Главным выводом по написанию выпускной квалификационной работы, автор формулирует, следующими тезисами:

– открытый и содержательный диалог с жителями является основой стабильного развития муниципальных образований и необходимым условием эффективной деятельности муниципальных органов власти;

– взаимодействие с гражданами может и должно осуществляться в различных формах, таких как местные референдумы, встречи между руководителями и специалистами органов местного самоуправления и группами местных жителей, рассмотрение жалоб и предложений граждан и так далее. Многие, из которых должны осуществляться специалистами отделов по работе со средствами массовой информации, управлениями по связям с общественностью входящих в структуру местных органов власти. Эти структуры, помимо информирования населения должны использовать технологии налаживания связей с общественностью, внедрять в муниципальное управление практику применения PR-технологий.

Автором выделяются следующие функции институтов связей с общественностью:

– аккумуляция и выражение социальных интересов;

– определение планов и программ;

– мобилизация и социализация групп общественности в пределах системы;

– контроль за ходом выполнения принятых решений.

Главным условием успешной реализации функции аккумуляции и выражения социальных интересов является способность служб связей с общественностью проводить широкое обсуждение, сбор и обобщение предложений, конструктивных инициатив по практическому устройству жизни организации и групп общественности. Именно в процессе этой работы налаживаются горизонтальные связи с другими институтами связей с общественностью, отражающими интересы различных социальных групп, объединяются силы и средства, учитываются внешние и внутренние факторы, мешающие реализации задуманного. Результатом этого процесса становится выработка всесторонних решений в виде планов или комплексных целевых программ PR-взаимодействия. После принятия решения кто-то может оказаться в меньшинстве, но задействованное в его выработке большинство становится неформальным проводником принятой программы.

Переориентация задач органов связей с общественностью на первичность участия в накоплении конструктивных социальных инициатив и выработку стратегии и тактики, как всей деятельности местных органов власти и должностных лиц, так и отдельных звеньев заставляет полностью пересмотреть функции структур этих служб на всех уровнях.

Сегодня службам связей с общественностью нет необходимости подменять функции органов управления. Необходимо уяснить, что они могут эффективно выражать интересы групп общественности, выполняя свои специфические задачи, а попытки охватить все сферы жизни и влиять на них не дадут ожидаемого результата. И как бы ни назывались пресс-службы и службы связей с общественностью, их главные функции сводятся к следующим:

– исследовательская – выявление и учет интересов различных групп общественности;

– аналитическая – разработка планов и программ, конкретных мероприятий по связям с общественностью, постоянный критический анализ программ конкурирующих корпораций;

– идеологическая – широкомасштабное информирование групп общественности о всей деятельности организации, смысловое, конструктивное проведение всех пропагандистских мероприятий;

– организационная – осуществление гармоничного взаимодействия элементов связей с общественностью по всем функциональным направлениям, налаживание связей по горизонтали и вертикали, решение вопросов стратегии и тактики с учетом внешних и внутренних факторов;

– контрольная – постоянное отслеживание хода реализации программ связей с общественностью, его соответствие намеченным планам.

Вышеперечисленные функции деятельности пресс-служб не охватывают всех сфер их работы, но без выполнения этих ключевых позиций трудно рассчитывать на коммуникационную связь, как с группами общественности, так и органами управления.

В целом, главная цель выпускной квалификационной работы была достигнута.

Автор проанализировал роль пресс-службы в муниципальном образовании и выявил дальнейшие перспективы развития PR-технологий. Были изучены функции пресс-служб, содержание PR-технологий в системе связей с общественностью в органах местного самоуправления, проанализирована деятельность пресс-служб муниципальных образований и опыт применения ими PR-технологий. Также автором были разработаны рекомендации по усовершенствованию работы пресс-службы и выявлены перспективы применения PR-технологий в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район".

Автор работы определил, что чтобы жители муниципального образования могли принимать активное участие в деятельности местного самоуправления, они должны быть хорошо информированы о законодательной базе, социально-экономическом положении муниципального образования, задачах, которые ставит перед собой муниципальная власть, и роли, которую могут сыграть жители в решении этих задач. Реализация функции информирования жителей возложена на пресс-службы. Также, в условиях самоуправления население должно быть не только осведомлено о деятельности муниципальной власти, но и иметь возможность выражать свое мнение по поводу этой деятельности. Это может выражаться путем регулярных опросов, публикаций в средствах массовой информации писем и обращений граждан. Тем самым обеспечивается обратная связь населения и власти. Эти функции выполняют специалисты по связям с общественностью, для этого в структуре местных органов управления создаются Отделы и Управления по связям с общественностью.

Автором были проанализированы особенности организации деятельности Управлений по связям с общественностью муниципальных образований зарубежных стран и современной России. Были подробно изучены наработки, новации в деятельности пресс-служб, специфика применения ими PR-технологий.

Был проведен сравнительный анализ по отчетам работы пресс-служб муниципальных образований "Нижнекамский муниципальный район" и "Город Набережные Челны" за три года – 2004, 2005 и 2006. Автором работы были рассмотрены особенности деятельности Управления по связям с общественностью и средствами массовой информации исполнительного комитета муниципального образования "Набережные Челны" и Отдела по работе со средствами массовой информации Совета муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район". На основе сравнения деятельности двух вышеназванных пресс-служб, автором был сделан вывод о предпочтительности создания в структуре органов муниципального управления именно Управления (отдела) по связям с общественностью. Работа проделанная этими пресс-службами в корне отличается друг от друга. Так, Отдел по работе со средствами массовой информации муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" больше выполняет функции посредника между органами местного самоуправления и средствами массовой информации по передаче информации о деятельности местных органов власти. Отделом не выполняются функции по налаживанию связей с общественностью, установлению обратной связи с населением. Во многом из-за того, что эти задачи не ставятся перед отделом, и в должностных инструкциях специалистов не закреплены функции по установлению и поддержанию связи с населением и общественностью.

Обратная ситуация по итогам деятельности Управления по связям с общественностью и средствами массовой информации исполнительного комитета муниципального образования "Набережные Челны". Сотрудниками отдела проводится большая работа по информирования населения о деятельности местных органов власти, налажены различные каналы обратной связи с жителями муниципального образования, проводится работа по вовлечению населения в участие управлением муниципальным образованием. Население регулярно получают полную информацию о принятых решениях и проводимых действиях муниципалитета, как через средства массовой информации, так и через публичные встречи с руководителями исполнительного комитета, депутатами Совета, Главой муниципального образования.

Автором проведено исследование по выявлению уровня информированности жителей муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район", и их уровня доверия к местным органам власти. Выявлена корреляционная зависимость между этими показателями.

На основе проведенного социологического исследования, автором делается вывод о необходимости организации в структуре Совета муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" Отдела по связям с общественностью, специалисты которого будут выполнять функции PR-менеджеров, устанавливать связи с населением, проводить действенную "обратную связь". Для муниципального образования организация эффективной деятельности такого отдела имеет большое значение, так как, информированное населении больше доверяет местным органам власти. Это было доказано в работе с помощью корреляционного анализа. Также необходимо подчеркнуть, что хорошая информированность населения о положении дел в муниципальном образовании и о перспективах его развития составляет основу "информированного согласия", когда люди знают, понимают и поддерживают муниципальную власть.

Необходимо помнить и о необходимости налаживания эффективной работы со средствами массовой информации муниципального образования, региональных и федеральных СМИ. Органы местного самоуправления должны принимать во внимание, что для городского сообщества средства массовой информации являются основным каналом связывающим население с властными структурами. И если эти каналы не работают и не осуществляют эффективную прямую и обратную связь, то внутри городского сообщества накапливается избыток негативной энергии, которая рождается благодаря слухам и непроверенной информации. Население из аморфной аудитории, воспринимающей информацию, превращается в толпу, потому что контакты друг с другом начинают осуществляться не опосредованно, через средства массовой информации, а непосредственно от человека к человеку. Избыток негативной энергии начинает искать выход и может его найти в несанкционированных митингах, забастовках, в необъективном недовольстве действиями властей [65, с. 331]

По мнению автора работы, реализация предложенной Программы эффективного налаживания связей с общественностью в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район" поможет восполнить пробел в информированности жителей муниципального образования о деятельности органов местного самоуправления, поможет наладить конструктивный диалог власти и местного сообщества. Рассмотрим что для этого необходимо:

– преобразование отдела по работе со средствами массовой информацией и общественными формированиями в Отдел по связям с общественностью и СМИ;

– проведение масштабного социологического исследования уровня информированности населения о деятельности органов местного самоуправления;

– создание информационного бюллетеня муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район";

– внесение изменений в структуре сайта муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район". Создание раздела "Обратная связь";

– проведение ряда PR-мероприятий, создание блоков PR-проектов для изменения имиджа муниципального образования, создание корпоративного духа города, ощущение причастности к местному самоуправлению.

Автор выражает надежу на то, что к предложенным мерам будет оказано внимание со стороны местных органов власти и в муниципальном образовании "Нижнекамский муниципальный район" программа будет реализована.

**Список использованных источников**

1. Кузнецов, В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии : учебник для студентов вузов / В.Ф. Кузнецов. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 300 с.
2. Государственное управление: основы теории и организации : учебник : в 2т. – т.1 / общ. ред. В.А. Козбаненко. – 2-е изд., с изм. и доп. – М. : Статут, 2002. – 366 с.
3. Коханов, Е.Ф. Общение как взаимодействие социальных субъектов (к основам социальной психологии паблик рилейшнз") / Е.Ф. Коханов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 5. – С. 49–59.
4. Блэк, С. Паблик рилейшнз / С. Блэк / пер. с англ. – М. : Сирин, 2003. – 202 с.
5. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью : учебное пособие / А.Н. Чумиков. – 3-е изд. – М. : Дело, 2001. – 296 с.
6. Романов, А.Н. Маркетинг : учебное пособие / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. – 560 с.
7. Калиберда, Е.Г. Связи с общественностью: вводный курс : учебное пособие / Е.Г. Калиберда. – М. : Логос, 2003. – 120 с.
8. Мишин, В.М. Исследование систем управления : учебник для вузов / В.М. Мишин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 527 с.
9. Юшина, Е.А. Муниципальное управление : учебник / Е.А. Юшина. – М. : ФГНУ Российский научный центр государственного и муниципального управления, 2003. – с. 220.
10. Сабирова, Д. PRофессиональное PRодвижение / Д. Сабирова, М. Левин // Элита Татарстана. – №1. – 2006. – С. 40-41.
11. Конституция Российской Федерации : Официальный текст по состоянию на 1 февраля 2000г. / Оформление А.А. Громова. – СПб. : ИД А. Громова, 2000. – 64 с.
12. Европейская Хартия Местного Самоуправления / European Charter of Local Self-Government. – Обнинск : Институт мун. упр., 2003. – 88 с.
13. Боброва, И.И. Черный PR? Белый GR! Цветной IR: менеджмент информационной культуры / И.И. Боброва; В. Зимин. – М. : Вершина, 2006. – 464с.
14. Зотов, В.Б. Муниципальное управление : учебник для вузов / В.Б. Зотов, З.М. Макашева. – М. : Юнити – Дана, 2003. – 279 с.
15. Киричук, С. Эффективность работы органов местного самоуправления: направления муниципальной административной реформы / С. Киричук, Л. Еременко // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 9 – С. 14–18.
16. Комаровский, В. Открытость власти как приоритет административной реформы / В. Комаровский // Государственная служба. – № 4(30). – 2004. – С. 105–111.
17. Василенко, И. Связи с общественностью в государственных организациях и местных органах власти : западный опыт / И. Василенко // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 4. – С. 39–43.
18. Комаровский, В.С. Управление общественными отношениями : учебник / В.С. Комаровский. – М.: Изд-во РАГС, 2003. – 400 с.
19. Моисеев, В. Паблик рилейшнз. Теория и практика / В. Моисеев. – ООО "ИКФ Омега – Л", 2001. – 376 с.
20. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика : учебное пособие для вузов / Ф. Китчен / пер. с англ. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 454 с.
21. Варакута, С.А. Связи с общественностью / С.А. Варакута, Ю.Н Егоров. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 246 с.
22. Шишкина, М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления : учебное пособие / СПб. : Изд-во Паллада-медиа, 2002. – 444 с.
23. Вилер, К. Без эффективной коммуникации нет эффективного управления. Отличительный облик и имидж местной администрации / К. Вилер / перевод с англ. – Обнинск : Институт муниципального управления. – 2002. – 56 с.
24. Эпштейн, А. Мэр: менеджер, руководитель или управленец? / А. Эпштейн // Муниципальная власть. – 2006. – № 3. – С. 62–66.
25. Дюк, А.В. Социальные технологии работы с населением муниципальных образований / А.В. Дюк. – Обнинск : Институт муниципального управления, 2003. – 84 с.
26. Пейдж, Б. Связи с общественностью: мифы и проблемы / Б. Пейдж // Муниципальная власть. – 2005. – № 2. – С. 75–83.
27. Дюк, А. Технологии работы с общественным мнением на уровне местного самоуправления // Городское управление. – 2003. – № 8. – С. 85–88.
28. Пашенцев, Е.Н. PR от бизнеса до политики / Е.Н. Пашенцев. – 3–е изд., испр. и доп. – М. : Издательство "Финпресс", 2002. – 368 с.
29. Осадчий, А. Российская специфика паблик рилейшнз / А. Осадчий // Маркетинг. – 2003. – № 6. – С. 57–65.
30. Почепцов, Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Почепцов. – М. : Рефм–бук, К. : Ваклер. – 2001. – 624 с.
31. Комаровский, В.С. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / В.С. Комаровский [и др.]; общ. ред. В.С. Комаровского. – М. : Изд-во РАГС, 2001. – 520 с.
32. Дюк, А. PR-инструменты муниципального служащего // Городское управление. – 2003. – № 7– С. 85–91.
33. Коваленко, Е.Г. Государственное и муниципальное управление: итоговая государственная аттестация студентов : учебное пособие / Е.Г. Коваленко [и др.]; общ. ред. Е.Г. Коваленко. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 409 с.
34. Жилякова, Е. Хочешь узнать, что делать? Спроси у соседей / Е. Жилякова // Муниципальная власть. – 2005. – № 2. – С. 64.
35. Официальный сайт муниципального образования "Город Радужное" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.admrad.ru, свободный.
36. Официальный сайт муниципального образования "Город Смоленск" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.admcity.smolensk.ru, свободный.
37. Искандаров, А. Как стать нужной и читаемой (роль и место районной газеты в реализации социально значимых проектов) / А. Искандаров // Управа. – 2006. - №2. – С. 76–77.
38. Халий, И.А. СМИ и гражданское общество: взгляд из региона / И.А. Халий // СОЦИС. – 2006. – № 10. – С. 104–108.
39. Официальный сайт муниципального образования "Волжский муниципальный район" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://admvol.vlz.ru, свободный.
40. Максимова, Н.В. Информированность населения как необходимый фактор развития местного самоуправления (на примере города Лениногорска) / Н.В. Максимова // Государственная власть и местное самоуправление. – 2006. – №11. – С. 24–26.
41. Официальный сайт муниципального образования "Елабужский муниципальный район" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://admin.elabugae.ru/administratsiya.htm, свободный.
42. Официальный сайт муниципального образования "Чистопольский муниципальный район" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.chistopol.ru/docs/, свободный.
43. Рафикова, Р.С. Манипулирование активностью населения как метод управления на муниципальном уровне / Р.С. Рафикова // Сборник статей II всероссийской научно-практической конференции. – Пенза : РИО ПГСХА, 2004. – с. 146-147.
44. Официальный сайт муниципального образования "Город округ Набережные Челны" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nabchelny.ru, свободный.
45. Вилер, К. Организация системы коммуникаций в органах местного самоуправления / К. Вилер / перевод с англ. – Обнинск : Институт муниципального управления. – 2002. – 36 с.
46. Кораблева, И. Западная демократия – не модель для экспорта / И. Кораблева // Муниципальная власть. – 2005. – № 3. – С. 88–91.
47. Гаврилова, И.Н. Местное самоуправление и социальное партнерство в Нидерландах / И.Н. Гаврилова // Государственная власть и местное самоуправление. – 2005. – № 4. – с. 24 – 26.
48. Официальный сайт муниципального образования "Город Курган" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.kurrgan-sity.ru, свободный.
49. Официальный сайт муниципального образования "Нижневартовский муниципальный район" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.n-vartovsk.ru, свободный.
50. Без автора. День свободны прессы (медиа-курьер) // Управа. – 2007. – №1. – С. 90-93.
51. Новосибирская Школа Гражданского Общества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nscs.ru, свободный.
52. Потехина, В. Конфликтология в структуре власти (Муниципальный староста, телефон доверия и другие помощники местных глав) / В. Потехина // Муниципальная власть. – 2005. – № 4. – С. 70–71.
53. Курманов Э.Р. Формы участия населения в осуществлении местного самоуправления по уставному нормотворчеству // Государственная власть и местное самоуправление. – 2006. – № 10. – С. 24–27.
54. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации от 06.11.03 №131-ФЗ: федеральный закон [принят Государственной Думой 16.09.2003 г. : одобр. Советом Федерации 24.09.2003г.] / Справочно-правовая система "Консультант – плюс".
55. Конституция Республики Татарстан. – Казань : Новое знание, 2004. – 32 с.
56. О местном самоуправлении в Республике Татарстан" от 28.07.04 №45-ЗРТ : закон Республики Татарстан [принят Государственным Советом Республики Татарстан 16.09.2003 г.] / Справочно-правовая система "Консультант – плюс".
57. Устав муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" Республики Татарстан от 13.12.05 [принят представительным органом муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" 13.12.05/ решение №17] // Ленинская правда. – 2005. – №252. – с. 1–9.
58. Устав муниципального образования "Город Нижнекамск" Нижнекамского муниципального района Республики Татарстан от 14.12.05 [принят представительным органом муниципального образования "Город Нижнекамск" Нижнекамского муниципального района Республики Татарстан / решение №17] // Ленинская правда. – 2005. – №252. – с. 9–16.
59. О средствах массовой информации от 27.12.91 №2124-1 // Справочно-правовая система "Консультант – плюс".
60. О рекламе от 13.03.06 №38-ФЗ : федеральный закон [принят Государственной Думой 22.01.2006 г. : одобр. Советом Федерации 03.03.2006г.] / Справочно-правовая система "Консультант – плюс".
61. Степанов, А.Н. Информатика. – 3-е изд. / А.Н. Степанов. – СПб. : Питер, 2002. – 608 с.
62. Левин, М.П. 200% самоучитель компьютера и Интернета : учебное пособие / М.П. Левин. – М. : Технолоджи-3000, 2003. – 480 с.
63. Основы прикладной социологии : учебник для вузов / Ф.Э. Шереги [и др.]; общ. ред. Ф.Э. Шереги. – М. : Интерпракс, 1996. – 184 с.
64. Ядов, В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы / В.А. Ядов. – Самарский университет, 1995. – 328 с.
65. Губина, Н.В. Социальная напряженность в монопрофильном городе: опыт социологического исследования: монография. – Казань : РИЦ "Школа", 2007. – 396 с.
66. Европейская Хартия Местного Самоуправления / European Charter of Local Self-Government. – Обнинск : Институт мун. упр., 2003. – 88 с.
67. Конституция Российской Федерации : Официальный текст по состоянию на 1 февраля 2000г. / Оформление А.А. Громова. – СПб. : ИД А. Громова, 2000. – 64 с.
68. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации от 06.11.03 №131-ФЗ: федеральный закон [принят Государственной Думой 16.09.2003 г. : одобр. Советом Федерации 24.09.2003г.] / Справочно-правовая система "Консультант – плюс".
69. О средствах массовой информации от 27.12.91 №2124-1 // Справочно-правовая система "Консультант – плюс".
70. О рекламе от 13.03.06 №38-ФЗ : федеральный закон [принят Государственной Думой 22.01.2006 г. : одобр. Советом Федерации 03.03.2006г.] / Справочно-правовая система "Консультант – плюс".
71. Конституция Республики Татарстан. – Казань : Новое знание, 2004. – 32 с.
72. О местном самоуправлении в Республике Татарстан" от 28.07.04 №45-ЗРТ : закон Республики Татарстан [принят Государственным Советом Республики Татарстан 16.09.2003 г.] / Справочно-правовая система "Консультант – плюс".
73. Устав муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" Республики Татарстан от 13.12.05 [принят представительным органом муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" 13.12.05/ решение №17] // Ленинская правда. – 2005. – №252. – с. 1–9.
74. Устав муниципального образования "Город Нижнекамск" Нижнекамского муниципального района Республики Татарстан от 14.12.05 [принят представительным органом муниципального образования "Город Нижнекамск" Нижнекамского муниципального района Республики Татарстан / решение №17] // Ленинская правда. – 2005. – №252. – с. 9–16.
75. Без автора. День свободны прессы (медиа-курьер) // Управа. – 2007. – №1. – С. 90-93.
76. Блэк, С. Паблик рилейшнз / С. Блэк / пер. с англ. – М. : Сирин, 2003. – 202 с.
77. Боброва, И.И. Черный PR? Белый GR! Цветной IR: менеджмент информационной культуры / И.И. Боброва; В. Зимин. – М. : Вершина, 2006. – 464с.
78. Варакута, С.А. Связи с общественностью / С.А. Варакута, Ю.Н Егоров. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 246 с.
79. Василенко, И. Связи с общественностью в государственных организациях и местных органах власти : западный опыт / И. Василенко // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 4. – С. 39–43.
80. Вилер, К. Без эффективной коммуникации нет эффективного управления. Отличительный облик и имидж местной администрации / К. Вилер / перевод с англ. – Обнинск : Институт муниципального управления. – 2002. – 56 с.
81. Вилер, К. Организация системы коммуникаций в органах местного самоуправления / К. Вилер / перевод с англ. – Обнинск : Институт муниципального управления. – 2002. – 36 с.
82. Гаврилова, И.Н. Местное самоуправление и социальное партнерство в Нидерландах / И.Н. Гаврилова // Государственная власть и местное самоуправление. – 2005. – № 4. – с. 24 – 26.
83. Государственное управление: основы теории и организации : учебник : в 2т. – т.1 / общ. ред. В.А. Козбаненко. – 2-е изд., с изм. и доп. – М. : Статут, 2002. – 366 с.
84. Губина, Н.В. Социальная напряженность в монопрофильном городе: опыт социологического исследования: монография. – Казань : РИЦ "Школа", 2007. – 396 с.
85. Дюк, А. PR-инструменты муниципального служащего // Городское управление. – 2003. – № 7– С. 85–91.
86. Дюк, А. Технологии работы с общественным мнением на уровне местного самоуправления // Городское управление. – 2003. – № 8. – С. 85–88.
87. Дюк, А.В. Социальные технологии работы с населением муниципальных образований / А.В. Дюк. – Обнинск : Институт муниципального управления, 2003. – 84 с.
88. Жилякова, Е. Хочешь узнать, что делать? Спроси у соседей / Е. Жилякова // Муниципальная власть. – 2005. – № 2. – С. 64.
89. Зотов, В.Б. Муниципальное управление : учебник для вузов / В.Б. Зотов, З.М. Макашева. – М. : Юнити – Дана, 2003. – 279 с.
90. Искандаров, А. Как стать нужной и читаемой (роль и место районной газеты в реализации социально значимых проектов) / А. Искандаров // Управа. – 2006. - №2. – С. 76–77.
91. Калиберда, Е.Г. Связи с общественностью: вводный курс : учебное пособие / Е.Г. Калиберда. – М. : Логос, 2003. – 120 с.
92. Киричук, С. Эффективность работы органов местного самоуправления: направления муниципальной административной реформы / С. Киричук, Л. Еременко // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 9 – С. 14–18.
93. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика : учебное пособие для вузов / Ф. Китчен / пер. с англ. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 454 с.
94. Коваленко, Е.Г. Государственное и муниципальное управление: итоговая государственная аттестация студентов : учебное пособие / Е.Г. Коваленко [и др.]; общ. ред. Е.Г. Коваленко. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 409 с.
95. Комаровский, В. Открытость власти как приоритет административной реформы / В. Комаровский // Государственная служба. – № 4(30). – 2004. – С. 105–111.
96. Комаровский, В.С. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / В.С. Комаровский [и др.]; общ. ред. В.С. Комаровского. – М. : Изд-во РАГС, 2001. – 520 с.
97. Комаровский, В.С. Управление общественными отношениями : учебник / В.С. Комаровский. – М.: Изд-во РАГС, 2003. – 400 с.
98. Кораблева, И. Западная демократия – не модель для экспорта / И. Кораблева // Муниципальная власть. – 2005. – № 3. – С. 88–91.
99. Коханов, Е.Ф. Общение как взаимодействие социальных субъектов (к основам социальной психологии паблик рилейшнз") / Е.Ф. Коханов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 5. – С. 49–59.
100. Кузнецов, В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии : учебник для студентов вузов / В.Ф. Кузнецов. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 300 с.
101. Курманов Э.Р. Формы участия населения в осуществлении местного самоуправления по уставному нормотворчеству // Государственная власть и местное самоуправление. – 2006. – № 10. – С. 24–27.
102. Левин, М.П. 200% самоучитель компьютера и Интернета : учебное пособие / М.П. Левин. – М. : Технолоджи-3000, 2003. – 480 с.
103. Максимова, Н.В. Информированность населения как необходимый фактор развития местного самоуправления (на примере города Лениногорска) / Н.В. Максимова // Государственная власть и местное самоуправление. – 2006. – №11. – С. 24–26.
104. Мишин, В.М. Исследование систем управления : учебник для вузов / В.М. Мишин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 527 с.
105. Моисеев, В. Паблик рилейшнз. Теория и практика / В. Моисеев. – ООО "ИКФ Омега – Л", 2001. – 376 с.
106. Новосибирская Школа Гражданского Общества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nscs.ru, свободный.
107. Осадчий, А. Российская специфика паблик рилейшнз / А. Осадчий // Маркетинг. – 2003. – № 6. – С. 57–65.
108. Основы прикладной социологии : учебник для вузов / Ф.Э. Шереги [и др.]; общ. ред. Ф.Э. Шереги. – М. : Интерпракс, 1996. – 184 с.
109. Официальный сайт муниципального образования "Волжский муниципальный район" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://admvol.vlz.ru, свободный.
110. Официальный сайт муниципального образования "Город Курган" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.kurrgan-sity.ru, свободный.
111. Официальный сайт муниципального образования "Город округ Набережные Челны" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nabchelny.ru, свободный.
112. Официальный сайт муниципального образования "Город Радужное" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.admrad.ru, свободный.
113. Официальный сайт муниципального образования "Город Смоленск" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.admcity.smolensk.ru, свободный.
114. Официальный сайт муниципального образования "Елабужский муниципальный район" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://admin.elabugae.ru/administratsiya.htm, свободный.
115. Официальный сайт муниципального образования "Нижневартовский муниципальный район" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.n-vartovsk.ru, свободный.
116. Официальный сайт муниципального образования "Чистопольский муниципальный район" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.chistopol.ru/docs/, свободный.
117. Пашенцев, Е.Н. PR от бизнеса до политики / Е.Н. Пашенцев. – 3–е изд., испр. и доп. – М. : Издательство "Финпресс", 2002. – 368 с.
118. Пейдж, Б. Связи с общественностью: мифы и проблемы / Б. Пейдж // Муниципальная власть. – 2005. – № 2. – С. 75–83.
119. Потехина, В. Конфликтология в структуре власти (Муниципальный староста, телефон доверия и другие помощники местных глав) / В. Потехина // Муниципальная власть. – 2005. – № 4. – С. 70–71.
120. Почепцов, Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Почепцов. – М. : Рефм–бук, К. : Ваклер. – 2001. – 624 с.
121. Рафикова, Р.С. Манипулирование активностью населения как метод управления на муниципальном уровне / Р.С. Рафикова // Сборник статей II всероссийской научно-практической конференции. – Пенза : РИО ПГСХА, 2004. – с. 146-147.
122. Романов, А.Н. Маркетинг : учебное пособие / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. – 560 с.
123. Сабирова, Д. PRофессиональное PRодвижение / Д. Сабирова, М. Левин // Элита Татарстана. – №1. – 2006. – С. 40-41.
124. Степанов, А.Н. Информатика. – 3-е изд. / А.Н. Степанов. – СПб. : Питер, 2002. – 608 с.
125. Халий, И.А. СМИ и гражданское общество: взгляд из региона / И.А. Халий // СОЦИС. – 2006. – № 10. – С. 104–108.
126. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью : учебное пособие / А.Н. Чумиков. – 3-е изд. – М. : Дело, 2001. – 296 с.
127. Шишкина, М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления : учебное пособие / СПб. : Изд-во Паллада-медиа, 2002. – 444 с.
128. Эпштейн, А. Мэр: менеджер, руководитель или управленец? / А. Эпштейн // Муниципальная власть. – 2006. – № 3. – С. 62–66.
129. Юшина, Е.А. Муниципальное управление : учебник / Е.А. Юшина. – М. : ФГНУ Российский научный центр государственного и муниципального управления, 2003. – с. 220.
130. Ядов, В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы / В.А. Ядов. – Самарский университет, 1995. – 328 с.