

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «РГГМУ», РГГМУ)

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере
и бизнесе

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

На тему Связи с общественностью в органах государственной власти: способы
взаимодействия с целевой аудиторией

Исполнитель: Стрункина Марина Владимировна

Руководитель: кандидат педагогических наук, доцент
Фейлинг Татьяна Борисовна

«К защите допускаю»

Заведующая кафедрой


Доктор экономических наук, профессор
Фирова Инна Павловна

«24» 06 2019г.

Санкт-Петербург

2019г.

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические основы PR-деятельности организации	6
1.1 Основные понятия и категории PR-деятельности	6
1.2 Особенности организации PR деятельности	10
1.3 Особенности PR-деятельности в органах власти.....	14
Глава 2. Анализ способов взаимодействия с целевой аудиторией, применяемых в органе государственной власти.....	20
2.1 Характеристика PR-деятельности городской Думы г. Дзержинска	20
2.2 Оценка эффективности PR-деятельности пресс-службы городской Думы г. Дзержинска.....	25
Глава 3. Разработка PR-программы пресс-службы городской Думы г. Дзержинска и оценка эффективности	32
3.1 Разработка PR-программы пресс-службы городской Думы города Дзержинска.....	38
3.2 Оценка эффективности предложенной программы для пресс-службы городской Думы г. Дзержинска	52
Заключение	61
Список используемой литературы	65
Приложение 1	69

Введение

Актуальность изучения способов взаимодействия связей с общественностью в органах государственной власти с целевой аудиторией обусловлена, прежде всего, запросами современной практики.

Связи с общественностью в органах власти представлены пресс-службой. Пресс-служба является органом информации, постоянно действующем при любом органе государственной и региональной власти, и отвечающем за установление взаимодействия с целевыми аудиториями. Пресс-служба является системообразующим элементом, который выполняет все функции и задачи PR, при этом пресс-служба может рассматриваться как полноценный механизм управления деятельностью органа власти.

Приведенное определение пресс-службы подчеркивает особую актуальность разработки и внедрения эффективных способов взаимодействия связей с общественностью с целевыми аудиториями, потому что именно от выбранных способов взаимодействия будет сформировано общественное мнение относительно конкретного органа государственной или региональной власти. Пресс-служба органа государственной или региональной власти не просто транслирует информацию обществу, но именно формирует общественное мнение (мнение большинства представителей целевых аудиторий) относительно конкретного органа власти и поэтому становится связующим звеном между органом власти и общественностью.

В передаче информации от органа власти к целевым аудиториям часто применяются различные способы методы (метод семантического манипулирования, метод отвлечения, метод дробления и др.), однако данные методы относятся к манипулятивным и не могут характеризоваться как позитивные. К сожалению, практика показывает, что современная политика в подавляющем большинстве выстроена на пропаганде и на манипулировании и обществу транслируется информация, вызывающая позитивные или негативные ассоциации для того, чтобы повлиять на внутренние убеждения.

Однако при этом примеры современной политической борьбы и деятельности органов государственной и региональной власти показывают, что манипулятивные способы взаимодействия с аудиторией являются недолговечными и часто наносят огромный вред построению отношений.

Пресс-служба, конечно, с одной стороны, не может являться транслятором и просто освещать деятельность органа власти. Прямой обязанностью пресс-службы является непосредственно формирование положительного имиджа и репутации органа государственной власти. Однако, с другой стороны, пресс-служба не должна допускать в своей деятельности явного искажения информации и различных методов манипулирования.

Способы взаимодействия пресс-службы органа власти с целевыми аудиториями должны быть основаны на эффективной подаче информации. Опираясь на связи с общественностью, органы власти могут более эффективно использовать коммуникативную и информационную возможность за счет своевременного мониторинга общественного мнения и конструктивной корректировки обратной связи с общественностью

Практическая значимость исследования обусловлена тем, что, как показывает практика, далеко не всегда пресс-служба справляется со своей задачей по формированию положительного имиджа представителей органа власти. Последние резонансные заявления некоторых чиновников, вызвавшие возмущение большинства аудитории, приводят прежде всего к вопросу – как пресс-служба допустила публикацию таких заявлений. Информация вовремя не была отсортирована и не была организована таким образом, чтобы не вызвать открытое возмущение целевой аудитории.

Деятельность современных пресс-служб требует пересмотра сложившихся подходов к организации и управлению способами взаимодействия с целевыми аудиториями. В данном ключе очень важной становится исследование целей, задач, функций пресс-службы и разработка мероприятий по совершенствованию способов взаимодействия связей с общественностью органов власти с целевыми аудиториями.

Степень разработанности темы исследования Вопросы связей с общественностью в государственных органах власти освещались многими учеными, в частности, такими учеными как Абрамов Р.Н., Алексеева Е.А., Василенко И.В., Васильева М.М., Викулова С.К., Ворошилова В.В., Герасимов Г.С., Гнетнев А.И., Комаровский В.С., Кочеткова А.В., Ротанова М.Б., Русаков А.Ю., Таиров А.И., Татаринова Г.Н., Шебуняев А.В. и другие ученые.

Объект исследования – PR-деятельность организации.

Предмет исследования – способы взаимодействия с целевой аудиторией связей с общественностью в городской Думе г.Дзержинска.

Цель исследования – разработать PR-программу для пресс-службы городской Думы г. Дзержинска.

Задачи исследования:

- 1) Рассмотреть особенности организации PR-деятельности в городской Думе г.Дзержинска.
- 2) Провести анализ способов взаимодействия с целевой аудиторией применяемых в городской Думе.
- 3) Провести оценку эффективности PR-деятельности городской Думы г. Дзержинска.
- 4) Разработать PR-программу пресс-службе городской Думы г. Дзержинска и оценить ее эффективность.

Методологической основой исследования послужили принципиальные положения и разработки в области теории связей с общественностью и государственной информационной политики. Также в настоящем исследовании применялись общенаучные методы анализа и синтеза, обобщения, сравнительного анализа.

Глава 1. Теоретические основы PR-деятельности организации

1.1 Основные понятия и категории PR-деятельности

Прежде всего, необходимо подчеркнуть основное положение о том, что предоставление информации о деятельности органа государственной или региональной власти не является добровольным приложением деятельности пресс-службы. Согласно статье 38 «Закона о средствах массовой информации» утверждается, что «граждане имеют право на оперативное получение через средства массовой информации достоверных сведений о деятельности государственных органов и организаций, общественных объединений, их должностных лиц.

Необходимо подчеркнуть, что государственные органы и организации, общественные объединения, их должностные лица предоставляют сведения о своей деятельности средствам массовой информации по запросам редакций, а также путем проведения пресс-конференций, рассылки справочных и статистических материалов и в иных формах» [1].

То есть, можно четко увидеть, что государственные органы обязаны предоставлять общественности полную и достоверную информацию о своей деятельности и пресс-службы должны выполнять данную функцию.

Пресс-службы органов государственной и региональной власти современной России являются одним из основных инструментов в реализации информационной политики государства. Пресс-службы постоянно информируют целевые аудитории (граждан, общественность, СМИ) о работе конкретного органа власти, таким образом, деятельность пресс-служб во многом определяет степень доверия населения властным органам.

Информационная деятельность высших органов власти также осуществляется специальными подразделениями (информационное управление, пресс-служба). Пресс-службы и пресс-центры также действуют в любом органе государственной или региональной власти [7].

Как подчеркивает исследователь Василенко И.В. региональные подразделения, работающие с прессой, могут иметь различные названия: информационное управление, информационно-аналитический комитет, департамент информации и др. однако практически все перечисленные подразделения, фактически выполняют функции пресс-службы [7].

Практически у каждого руководителя государственного или регионального органа власти, также главы администрации столичного города есть свой личный пресс-секретарь или советник по связям с общественностью.

Исследователи в частности, Васильева М.М., приводят общие характеристики российских пресс-служб органов власти [8]:

1. Создание пресс-служб в государственных и региональных органах власти является результатом демократизации процессов государственного управления. Пресс-службы в государственных и региональных органах власти занимают лидирующее положение, являются поставщиками официальных мнений и комментариев со стороны государственных органов управления.

2. На всех уровнях государственного управления созданы и действуют пресс-службы. На уровне местного самоуправления пресс-службы функционируют на основе выделенных средств (в администрациях и представительных органах городов, отдельных сельских районов).

3. Пресс-службы в государственных и региональных органах власти являются частью системы управления общественными связями.

4. Пресс-службы государственных и региональных органах власти имеют определенные документы (положения, инструкции), в которых зафиксированы нормы функционирования.

5. Проблема информационной открытости пресс-служб в государственных и региональных органах власти по-разному решается в различных структурах. Часто проблема достоверности и открытости зависит от стиля руководства, от особенностей политической ситуации в субъекте Российской Федерации [8].

Взаимодействие государственных учреждений с общественностью представляет собой специализированное направление PR, то есть public affairs.

Public affairs определяется как информирование различных общественных групп о деятельности органа власти, которое осуществляется самим органом власти, также налаживание обратной связи с гражданами.

Следовательно, можно четко увидеть, что Public affairs является непосредственно организацией различных способов взаимодействия связей с общественностью органа власти с целевой аудиторией [36].

Информирование целевых аудиторий (общественности, населения, граждан) о деятельности государственных и региональных органах власти является основным направлением работы пресс-служб. Одновременно в органе власти могут существовать и другие структуры, которые взаимодействуют с общественностью. В данном случае эффективность способов органа власти с целевой аудиторией зависит от координации между деятельностью пресс-службы и другими подразделениями.

Важно отметить, что для равноправного, партнерского сотрудничества граждан и их объединений со структурами власти, граждане должны испытывать доверие к институтам власти, обладать желанием и умением сотрудничать в решении проблем и вопросов с властными структурами.

Важно подчеркнуть, что с одной стороны, действительно связи с общественностью в государственных и региональных органах власти не должны быть простыми «трансляторами» информации о деятельности данных органов. Пресс-службы в рамках PR должны способствовать формированию положительного имиджа и репутации конкретного органа власти.

Однако при этом пресс-служба не должна заниматься откровенной пропагандой успехов государственных и региональных органов власти, особенно когда таких успехов в действительности не наблюдается.

В этом заключается противоречивая позиция связей с общественностью в государственных и региональных органах власти – в необходимости соблюдать баланс между построением имиджа и манипулированием.

По мнению исследователя Русакова А.Ю. особенности работы служб «публик рилейшнз» в государственных и региональных органах власти и в политических структурах выявляются в характеристике субъекта и средств деятельности, также в специфике эффектов, достигаемых в результате деятельности. Связи с общественностью в органах власти одинаково равно действуют в сфере внутрикорпоративных отношений (фирменный менеджмент) и в сфере межкорпоративных отношений [31].

Специфика «связей с общественностью в органах в государственных и региональных органах власти предопределяется также типом системного включения «публик рилейшнз» в деятельность данного органа. Как отмечает Комаровский В.С., работники служб по связям с общественностью модифицируют привычные, традиционные технологии в зависимости от того, кто в данный момент является их партнером: финансовая корпорация или политическая партия, профессиональный союз или конфессиональное объединение, молодежная ассоциация или союз ветеранов [19].

То есть пресс-служба как структура связей с общественностью адаптируется к деятельности той организации, с которой работает, следовательно, при работе в государственных и региональных органах власти пресс-служба вовлекается непосредственно в деятельность.

При этом связи с общественностью в государственных и региональных органах власти должны уметь реализовать принцип «гибкой технологии», то есть обеспечить переналадку всего механизма связей с общественностью в процессе социально-экономических и политических изменений [13].

Изменения в современной политической системе, реформирование государственной службы ставят органы власти в России перед дилеммой: либо государственные и региональные органы власти преобразуются под велением времени, либо будут просто отторгнуты обществом. Потребность в контакте с гражданами и средствами массовой информации велика, поэтому связи с общественностью становятся органичным элементом всей системы государственного управления, политической структуры общества.

1.2 Особенности организации PR деятельности

Участие связей с общественностью в государственном управлении в целом можно охарактеризовать как содействие государству в разрешении объективных противоречий между властью и обществом.

Органы государственной и региональной власти должны постоянно совершенствоваться и способствовать формированию гражданского общества, для чего приоритетным направлением является налаживание прямых и обратных связей с гражданами. В данной связи применение эффективных способов взаимодействия связей с общественностью органа власти с целевой аудиторией становится основной целью пресс-службы.

Основными задачами пресс-службы в государственных и региональных органах власти являются следующие:

- налаживание эффективных прямых и обратных связей с целевыми аудиториями органов власти;
- применение эффективных способов взаимодействия с целевыми аудиториями (гражданами, общественными институтами);
- содействие становлению гражданского общества.

Важно подчеркнуть, что способы взаимодействия связей с общественностью органа власти с целевой аудиторией будут отличаться, когда речь идет о федеральных, региональных или муниципальных органах власти. В региональных и муниципальных органах власти широко реализуется коммуникативная функция и общение с гражданами должно происходить постоянно и организовано со стороны пресс-служб. На федеральном уровне гораздо больше акцентируется взаимодействие с прессой, аналитическая и прогностическая деятельность связей с общественностью [41].

Федеральный уровень означает, что основные способы взаимодействия с обществом и гражданами осуществляется посредством публикаций отчетов о деятельности органов государственной власти в средствах массовой информации, особенно в телекоммуникационной сети Интернет.

Однако в региональных органах власти гораздо больший акцент делается на прямое общение с общественностью и гражданами, то есть пресс-службы должны быть более сфокусированы на проведение встреч с представителями органов региональной власти, организации и проведении различных мероприятий, в том числе средствами PR.

Возможности пресс-служб должны быть эффективно использованы в целях повышения открытости государственного управления и приближения к интересам граждан. Закрытость органов управления, недостаточное или неэффективное взаимодействие с общественностью приводят к отчуждению людей от власти, что может стать предпосылкой социальных потрясений.

В настоящее время современные исследователи выделяют группы причин, которые порождают недоверие граждан к органам власти [21].

На первом месте находятся так называемые «технические» причины, когда государственные органы вследствие отсутствия эффективной работы связей с общественностью не умеют разъяснять гражданам цели и мотивы своей деятельности, не дают адекватного представления о характере деятельности и о тех условиях, в которых работают и решают проблемы.

Можно четко увидеть, что ключевой задачей пресс-службы становится донесение адекватной и объективной информации о деятельности органа власти до общественности. В обратном случае, отсутствие информации приводит к росту недоверия, и к росту протеста со стороны общества.

Также специалисты выделяют причины «культурно-исторического» типа, то есть традиционно высокую степень политической и социальной активности российских граждан, предрасположенности российского общества к противостоянию населения и власти. В данной связи особой задачей связей с общественностью государственных и региональных органов власти становится снятие напряжения, разъяснение ситуации, в которой работают органы власти, донесение позитивной информации и разъяснение в каждом конкретном случае, почему какие-либо проблемы еще не решены органом власти и как данные проблемы планируется решать в будущем [14].

«Организационные» причины связаны с недостаточностью квалифицированных и компетентных профессионалов связей с общественностью, что вызвано переходом к новой модели организации общества и изменением характера работы с общественностью [34].

В данной связи важно подчеркнуть, что во многих структурах связей с общественностью государственных и региональных органов власти не работают высокопрофессиональные PR-специалисты. Отсутствие в структуре пресс-службы PR-специалистов приводит к тому, что подаваемая и транслируемая информация целевым аудиториям зачастую неверно организована и неверно преподносится, что приводит к различным срывам.

Также PR-специалисты обучены организовывать и проводить специальные мероприятия для повышения репутации и формирования положительного имиджа органа власти. Поэтому в пресс-службе обязательно должны работать подготовленные и обученные PR-менеджеры.

Причины «ресурсные» связаны с недостаточным финансированием государственной службы, отсутствием необходимой материальной и технической базы, ограниченностью располагаемых временных ресурсов и др.

Перечисленные выше проблемы должны решаться в конкретных направлениях деятельности пресс-службы в органах государственной власти:

- установление, поддержание и расширение контактов государственных и региональных органов власти с гражданами, организациями и средствами массовой информации;
- информирование общественности (целевых аудиторий) о принимаемых органом власти решениях;
- изучение и анализ общественного мнения;
- анализ общественной реакции на действия конкретных должностных лиц и органа власти в целом;
- прогнозирование общественно-политических процессов;
- обеспечение организации аналитическими разработками

- формирование благоприятного имиджа организации [16].

Ключевой задачей пресс-службы государственных и региональных органов власти становится налаживание коммуникационных связей. Отсутствие информации о состоянии дел в конкретных органах государственной и региональной власти и несовершенство способов взаимодействия является одним из существенных недостатков управления.

Деятельность пресс-служб в органах государственной и региональной власти представляет собой систему успешно апробированных приемов, методов и способов взаимодействия с общественностью. Важным при этом является адекватность, то есть соответствие структуры пресс-службы предмету и технологии деятельности поставленным перед органом власти целям и задачам. Необходимой становится мобильность, то есть возможность структуры пресс-службы изменяться и корректировать направления работы в условиях появления новых факторов и обстоятельств [22].

Координация между пресс-службой и другими подструктурами органа государственной власти может осуществляться следующим образом:

- четким определением и распределением функций;
- реализацией принципа «взаимной дополняемости», когда пресс-служба не дублирует действия других органов государственной и региональной власти, но качественно дополняет;
- согласование планирования и контроля;
- учетом квалификации и профессионализма сотрудников пресс-службы, выработкой критериев аттестации.

Функциями, реализуемыми пресс-службами в государственных и региональных органах власти, являются следующие [37]:

- Изучение общественного мнения о социально-экономическом и политическом развитии города или региона.
- Подготовка аналитических материалов для СМИ.
- Реализация информационной политики города или региона.

- Осуществление контроля за выполнения поручений органом власти по обращениям граждан.
- Извещение граждан о результатах рассмотрения обращений.
- Организация и координация деятельности по протокольному и организационному обеспечению визитов представителей органов государственной и региональной власти.
- Обеспечение взаимодействия представителей органов государственной и региональной власти с профессиональными и творческими союзами, общественными объединениями.
- Информирование администрации города или региона об основных процессах в общественно-политической жизни и др.

Реализация перечисленных функций пресс-службы позволяет реализовывать руководителю органа государственной или региональной власти конституционные полномочия, решать поставленные задачи.

Таким образом, можно сделать вывод, что для эффективной деятельности пресс-службы руководителю органа государственной или региональной власти необходимо претворять в жизнь, выработанную и согласованную с основными группами общественности политическую стратегию, включающую в себя подробное описание приоритетов в экономических, политических, социальных вопросах.

1.3 Особенности PR-деятельности в органах власти

В работе ранее подчеркивалось, что способы взаимодействия связей с общественностью органа власти с целевой аудиторией будут отличаться, когда речь идет о федеральных, региональных или муниципальных органах власти. На федеральном уровне больше акцентируется взаимодействие с прессой, аналитическая деятельность связей с общественностью [41].

Федеральный уровень означает, что основные способы взаимодействия с обществом и гражданами осуществляется посредством публикаций отчетов о

деятельности органов государственной власти в средствах массовой информации, особенно в телекоммуникационной сети Интернет.

При этом в региональных органах власти гораздо больший акцент должен быть сделан на прямое общение с общественностью и гражданами, то есть пресс-службы должны быть более сфокусированы на проведение встреч с представителями органов региональной власти, организации и проведении различных мероприятий, в том числе средствами PR.

- оперативное информирование населения города или региона о деятельности органа региональной власти.

- подготовка материалов для СМИ о деятельности органа региональной власти.

- организация и проведение брифингов и конференций представителей органа власти с целевыми аудиториями (граждане, СМИ).

- организация выступлений и интервью представителей органа власти.

- мониторинг средств массовой информации и создание информационных поводов для СМИ.

- креативные способы взаимодействия с журналистами и общественностью.

Рисунок 1.1 – Основные направления деятельности пресс-службы государственной или региональной власти

Важно также подчеркнуть, что необходимо на современном этапе применение инновационных и современных способов взаимодействия пресс-службы органов государственной или региональной власти [21]:

- Организация специальных приемов для журналистов по поводу

профессиональных или государственных праздников, по поводу значимых событий города или региона. Такой подход будет способствовать повышению уровня доверия общественности к органу власти и формированию положительного имиджа.

– Налаживание обратной связи с населением, организация прямых линий руководителей органов государственной или региональной власти в теле- и радиоэфире, публичные выступления руководителей органов власти и депутатов, издание справочной и разъяснительной литературы, специальных журналов с полезной информацией. Такой подход будет способствовать повышению степени информированности общественности о деятельности органа власти, что также повысит степень доверия общественности.

– Создание региональными органами власти собственных СМИ. Важно в данном случае, чтобы орган СМИ не превратился в пропаганду конкретного органа власти, но был использован как эффективный способ взаимодействия с целевой аудиторией.

– Организация встреч представителей государственной и региональной власти с различными категориями общественности, проведение открытых лекций в учебных заведениях.

– Активное использование Интернет-технологий. Очевидно, что практически все органы власти имеют web-сайты. Таким образом решается проблема оперативности и доступности информации, однако важно, чтобы официальные сайты органов власти имели четкую и налаженную обратную связь (речь не идет только об обращениях), чтобы представитель общественности знал, что может в любой момент воспользоваться данным каналом связи.

Современные пресс-службы органов государственной или региональной власти, как правило, не ограничиваются взаимодействием с журналистами и выполняют более широкий спектр функций, в частности, организуют публичные массовые кампании по вовлечению граждан в процессы управления

территорией (города, региона). Важно отметить, что массовые публичные кампании и акции позволяют донести до населения основные направления политики органа власти, позиции руководителей [16].

Организация публичных мероприятий и особенно PR-мероприятий является одним из самых эффективных способом взаимодействия связей с общественностью органа власти с целевой аудиторией.

В целом, новые и инновационные способы взаимодействия связей с общественностью органа государственной или региональной власти с целевой аудиторией должно выполнять следующие основные функции [24]:

- формулирование миссии органа власти и донесение данной миссии до широкой общественности;
- формирование стратегии органа власти, обозначение стратегии в доступных и емких выражениях (лозунгах) для общества;
- создание программ по реализации сформулированной стратегии и донесение данной стратегии до целевой аудитории;
- вовлечение групп общественности в реализацию программ органов государственной или региональной власти;
- информирование общественности и СМИ о содержании программ, пропаганда утвержденных органом власти программ;
- отчетность органа власти о ходе выполнения программ.

При этом ключевой функцией пресс-службы органа государственной или региональной власти является посредством всех описанных способов взаимодействия с целевой аудиторией – формирование положительного имиджа и репутации конкретного органа власти. Для формирования же положительного имиджа и репутации обязательны инструменты PR.

Появление пресс-служб в современных органах власти отражает новые потребности общества в более сложной и разнообразной социальной информации о деятельности органов власти и проходит в рамках широкого внешнего процесса – усложнения информационной структуры общества.

Основными способами взаимодействия пресс-служб региональных органов власти с целевыми аудиториями являются [42]:

1) Производство информации для целевой аудитории и распространение информации по каналам СМИ: изготовление информационной продукции, подготовка печатных, теле- и радиоматериалов, организация работы с представителями СМИ (распространение пресс-релизов, проведение пресс-конференций, брифингов, организация «круглых столов» и иных мероприятий).

2) Производство информации для специалистов и организаций, непосредственно связанных с органом власти в повседневной деятельности: издание информационных сборников, выпуск малотиражных, рассчитанных на узкую аудиторию газет и журналов.

3) Подготовка внутриведомственной информации, в том числе отслеживание в СМИ оценочной и другой информации о деятельности органа региональной власти.

Противоречивая природа целей и задач пресс-службы заключается в том, чтобы проводить информационную политику с учетом интересов органа власти и формирования положительного имиджа, с другой стороны, пресс-служба должна предоставлять СМИ такую информацию, которая соответствует интересам обществ. Данное противоречие и определяет характер проблем, возникающих в процессе работы пресс-служб.

Таким образом, проведенный анализ теоретических основ способов взаимодействия связей с общественностью органа власти с целевой аудиторией позволяет сделать следующие выводы.

Связи с общественностью в государственных и региональных органах власти не должны быть простыми «трансляторами» информации о деятельности данных органов. Пресс-службы должны способствовать формированию положительного имиджа и репутации органа власти.

При этом пресс-служба не должна заниматься откровенной пропагандой успехов государственных и региональных органов власти, особенно когда таких успехов в действительности не наблюдается.

В этом заключается противоречивая позиция связей с общественностью в государственных и региональных органах власти – в необходимости соблюдать баланс между построением имиджа и манипулированием.

Основными задачами пресс-службы в государственных и региональных органах власти являются следующие:

- налаживание эффективных прямых и обратных связей с целевыми аудиториями органов власти;
- применение эффективных способов взаимодействия с целевыми аудиториями (гражданами, общественными институтами);
- содействие становлению гражданского общества.

Способы взаимодействия связей с общественностью органа власти с целевой аудиторией будут отличаться, когда речь идет о федеральных, региональных или муниципальных органах власти. На федеральном уровне гораздо больше акцентируется взаимодействие с прессой, аналитическая и прогностическая деятельность связей с общественностью.

Федеральный уровень означает, что основные способы взаимодействия с обществом и гражданами осуществляется посредством публикаций отчетов о деятельности органов государственной власти в средствах массовой информации, особенно в телекоммуникационной сети Интернет.

Однако в региональных органах власти гораздо больший акцент делается на прямое общение с общественностью и гражданами, то есть пресс-службы должны быть более сфокусированы на проведение встреч с представителями органов региональной власти, организации и проведении различных мероприятий, в том числе средствами PR, широко реализуется коммуникативная функция и общение с гражданами.

Глава 2 Анализ способов взаимодействия с целевой аудиторией, применяемых в органе государственной власти

2.1 Характеристика PR-деятельности городской Думы г. Дзержинска

В настоящей работе проводится анализ способов взаимодействия с целевой аудиторией на примере деятельности пресс-службы органа региональной власти – городской Думы города Дзержинска.

Пресс-служба городской Думы г. Дзержинска является структурным подразделением Аппарата городской Думы и выполняет свою деятельность на основе положений Конституции Российской Федерации, федеральных конституционных законов, федеральных законов, Указов Президента РФ, Постановлений Правительства РФ, Устава городской Думы г. Дзержинска.

Пресс-служба является подразделением Аппарата городской Думы г. Дзержинска. Аппарат городской Думы г. Дзержинска согласно установленным требованиям к региональным органам власти отвечает за организационное, информационное юридическое, и материально-техническое обеспечение деятельности городской Думы города Дзержинска.

Аппарат городской Думы включает в себя следующие структурные подразделения (структура представлена на рис. 2.1):

1. Аппарат городской Думы;
2. Правовое управление городской Думы;
3. Управление по взаимодействию с органами государственной власти, местного самоуправления, общественностью и СМИ;
4. Отдел организационной работы городской Думы;
5. Отдела кадров и документационного обеспечения;
6. Отдел по информационному обеспечению и связям с СМИ;
7. Отдел учета и отчетности.



Рисунок 2.1 – Организационная структура Аппарата городской Думы города Дзержинска

Организационная структура региональной власти является линейно-функциональной, что прописано на законодательном уровне, утверждено в Уставе городской Думы и Положении о городской Думе г. Дзержинска.

Следовательно, в аппарат городской Думы входят следующие административные единицы, осуществляющие управление:

1. Руководитель аппарата городской Думы;
2. Заместитель руководителя аппарат городской Думы – Начальник правового управления;
3. Начальник управления по взаимодействию с органами государственной власти, местного самоуправления, общественностью и средствами массовой информации (СМИ);

4. Начальник отдела организационной работы городской Думы;
5. Начальник отдела кадров и документационного обеспечения;
6. Начальник отдела по информационному обеспечению и связям со средствами массовой информации (СМИ);
7. Начальник отдела учета и отчетности;

Пресс-служба подчиняется непосредственно начальнику Управления по взаимодействию с органами государственной власти, местного самоуправления, общественностью и средствами массовой информации.

Пресс-служба городской Думы г. Дзержинска функционирует также на основании локальных актов городской Думы, в частности, на основании Устава городской Думы и Положения о городской Думе [44].

Деятельность Пресс-службы городской Думы г. Дзержинска контролируется непосредственно Начальником Управления по взаимодействию с органами государственной власти, местного самоуправления, общественностью и средствами массовой информации (СМИ) в соответствии с утвержденным распределением обязанностей.

Целью деятельности Пресс-службы городской Думы г. Дзержинска является обеспечение функционирования системы социальной информации о деятельности городской Думы. Под системой социальной информации понимается формирование информации и донесение (трансляция) сформированной информации до населения города Дзержинска принимаемых решений и осуществляемых действий депутатов городской Думы.

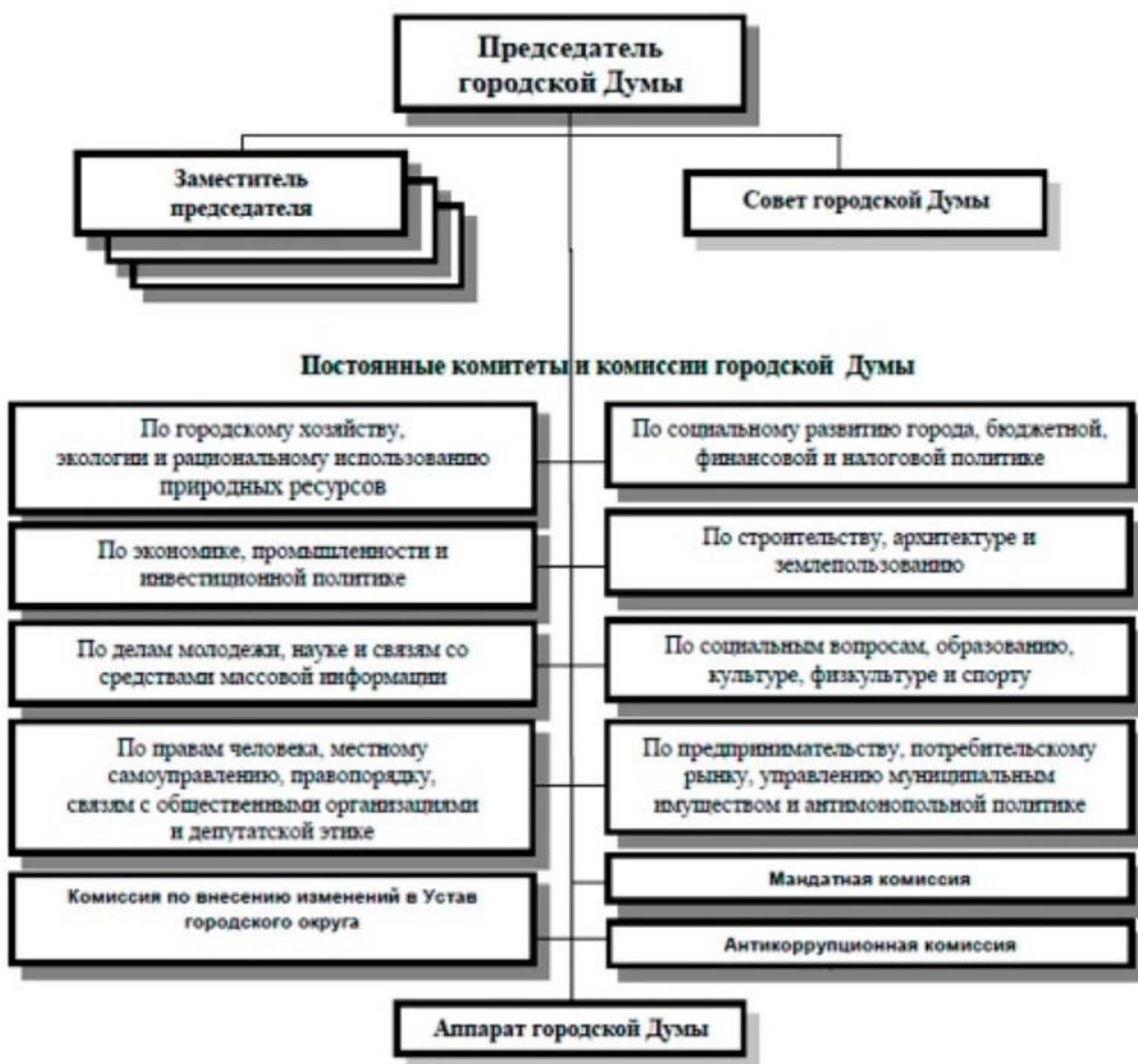


Рисунок 2.2 – Структура городской Думы г. Дзержинска VI созыва

Целью деятельности Пресс-службы городской Думы г. Дзержинска также является непосредственно установление взаимодействия с другими органами государственной власти, с органами местного самоуправления, с общественными организациями, политическими партиями, средствами массовой информации и другими структурными единицами общественности.

Положение о Пресс-службе городской Думы г. Дзержинска, штатное расписание пресс-службы, годовой фонд оплаты труда утверждаются и изменяются непосредственно Председателем городской Думы [44].

В Аппарате городской Думы г. Дзержинска функционируют постоянные Комитеты по различным отраслям деятельности. В частности, созданы и работают Комитет по городскому хозяйству, Комитет по социальному развитию города, Комитет по экономике, промышленности и инвестиционной политике, Комитет по строительству, архитектуре и землепользованию, Комитет по делам молодежи, науки и спорту, Комитет по предпринимательству и потребительскому рынку и другие комитеты. Также в Аппарат Думы входят несколько комиссий по различным вопросам.

Планы работы Пресс-службы городской Думы г. Дзержинска и отчеты об исполнении планов утверждаются Начальником Управления по взаимодействию с органами государственной власти, местного самоуправления, общественностью и СМИ.

Пресс-служба городской Думы г. Дзержинска финансируется за счет средств городского бюджета г. Дзержинска. Также в установленном порядке пресс-служба обеспечивается необходимыми помещениями, оргтехникой (компьютеры, принтеры, сканеры), средствами связи (телефон, факс) и другим необходимым имуществом для полноценного функционирования.

Ранее подчеркивалось, что установление взаимодействия является ключевым направлением в деятельности Пресс-службы городской Думы г. Дзержинска и именно поэтому на применяемые способы установления такого взаимодействия обращается особое внимание на современном этапе. Применяемые пресс-службой городской Думы г. Дзержинска способы взаимодействия с общественными институтами (партиями, СМИ, организациями и др.) должны быть эффективными, чтобы транслирование системы социальной информации о деятельности городской Думы происходило полноценно и без существенных искажений.

При этом важно подчеркнуть, что пресс-служба не просто является транслирующим органом, передающим информацию. Пресс-служба отвечает за формирование положительного имиджа и репутации органа власти, который представляет, то есть городской Думы г. Дзержинска.

2.2 Оценка эффективности PR-деятельности пресс-службы городской Думы г. Дзержинска

Таким образом, целью деятельности пресс-службы городской Думы г. Дзержинска является установление взаимодействия с другими органами государственной власти, с органами местного самоуправления, с общественными организациями, политическими партиями, средствами массовой информации и другими структурными единицами общественности.

Основные задачи пресс-службы городской Думы г. Дзержинска представлены далее в работе на рис. 2.3 [44].

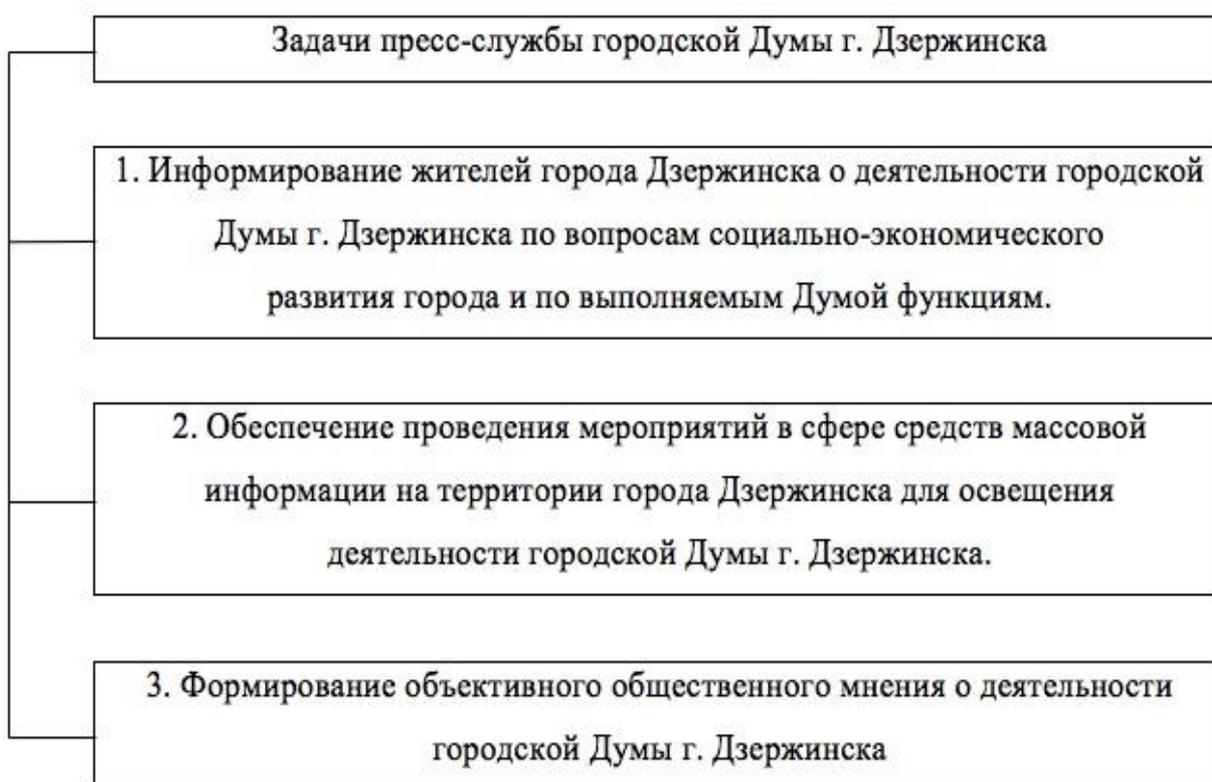


Рисунок 2.3 – Задачи пресс-службы городской Думы г. Дзержинска

Таким образом, согласно основным задачам пресс-службы городской Думы г. Дзержинска, представленным на рис. 2.3 можно четко увидеть, что пресс-служба отвечает за формирование объективного общественного мнения, а не просто транслирует информацию о деятельности Думы.

Данное замечание важно по той причине, что способы взаимодействия пресс-службы городской Думы г. Дзержинска с целевыми аудиториями при простой передаче информации и при необходимости формировать общественное мнение будут существенно отличаться.

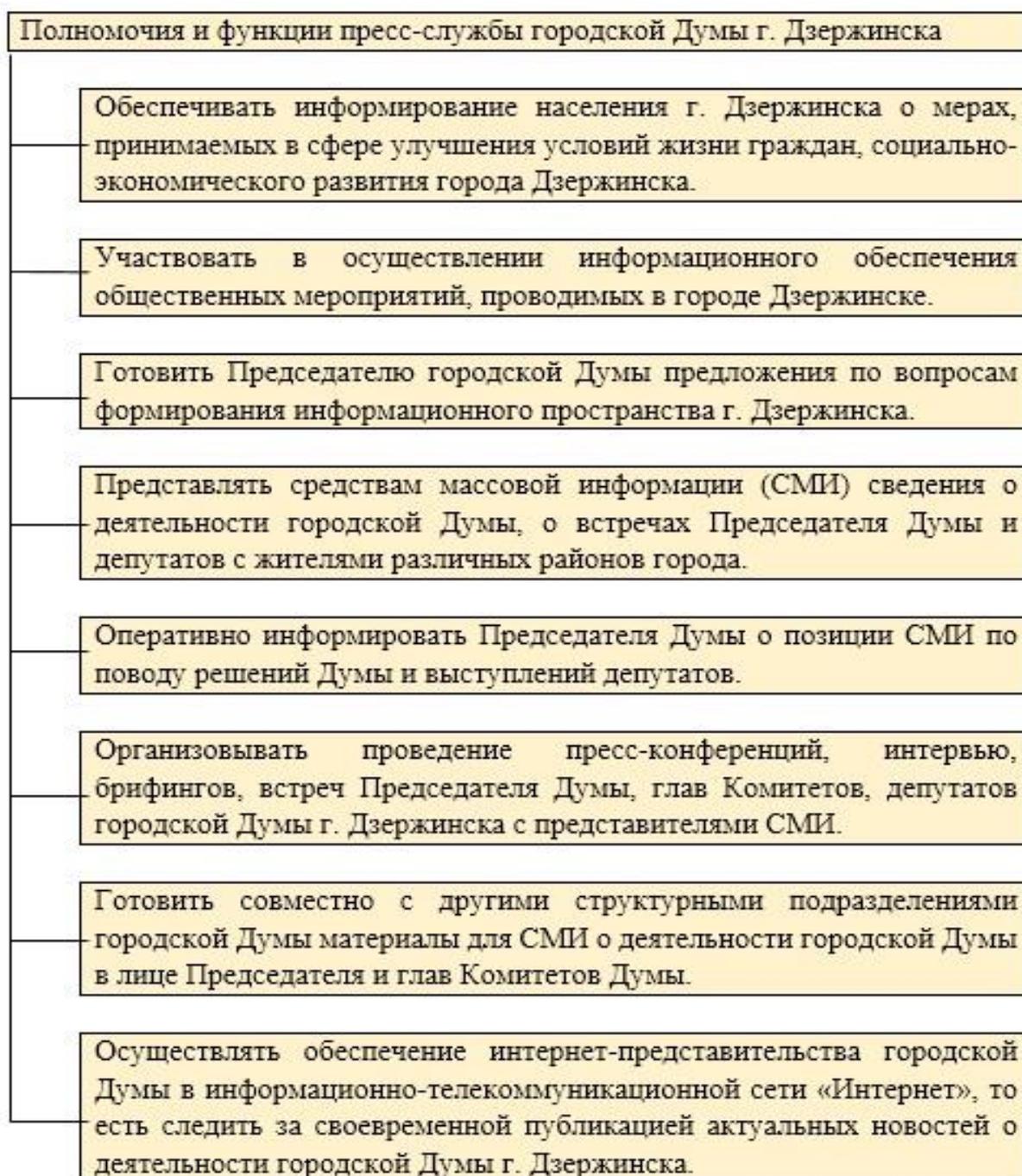


Рисунок 2.4 – Основные функции пресс-службы городской Думы

Взаимодействие с другими субъектами заключается, прежде всего в том, что пресс-служба городской Думы г. Дзержинска отвечает и за своевременное предоставление средствам массовой информации всей актуальной информации о деятельности городской Думы г. Дзержинска, и одновременно предоставление оперативной информации о позиции СМИ по поводу решений и встреч, проводимых Председателем и депутатами городской Думы.

Также пресс-служба отвечает за организацию и проведения различных пресс-конференций, интервью, брифингов и других встреч со средствами массовой информации Председателя Думы, глав Комитетов, депутатов городской Думы г. Дзержинска. Организация встреч подразумевает непосредственно PR-деятельность, так как пресс-служба отвечает за формирование и транслирование позитивного имиджа Думы.

Пресс-служба городской Думы г. Дзержинска также имеет полномочия осуществлять сотрудничество с пресс-службами органов государственной власти и освещать проводимые совместные мероприятия и совместные акции с другими органами государственной и региональной власти. При этом пресс-служба городской Думы г. Дзержинска размещает и обновляет постоянно информацию о деятельности Думы в телекоммуникационной сети «Интернет» в открытом доступе для всех желающих на официальном сайте Думы.

Проведение мероприятий на территории города Дзержинска в различных социально-значимых сферах также входит в полномочия пресс-службы городской Думы г. Дзержинска. По каждому проводимому мероприятию пресс-служба контролирует сбор необходимой и актуальной информации и осуществляет публикацию информации в СМИ и в сети Интернет на официальном сайте городской Думы г. Дзержинска.

Все полномочия, задачи и функции пресс-службы городской Думы г. Дзержинска регулируются Положением о деятельности Управления по взаимодействию с органами государственной власти, местного самоуправления, общественностью и СМИ, которое утверждается Председателем городской Думы ежегодно на специальном заседании [44].

Особая роль пресс-службы городской Думы г. Дзержинска в установлении взаимодействия с общественностью заключается в том, что именно пресс-служба готовит сообщения в средства массовой информации о деятельности городской Думы г. Дзержинска. Следовательно, от того, как пресс-служба сформирует и преподнесет информацию, будет формироваться общественное мнение о деятельности органа государственной власти и степень доверия общественности к конкретному органу власти.

Пресс-служба городской Думы г. Дзержинска не просто публикует информацию, но отвечает за разъяснение всех действий и решений, которые принимает орган региональной власти. В разъяснении принимаемых решений и осуществляемых Думой действий важную роль играет баланс между достоверностью информации и формированием положительного имиджа.

Ранее в работе уже подчеркивалось, что пресс-служба городской Думы г. Дзержинска формирует через средства массовой информации, включая сеть Интернет, положительное общественное мнение о деятельности органа региональной власти, поэтому особое внимание должно быть обращено на сбор и анализ информации, и на каналы представления информации.

Задачи пресс-службы городской Думы г. Дзержинска, таким образом, достаточно широко представлены и выполняются в полном объеме. Однако необходимо обратить особое внимание на тот факт, что в деятельности пресс-службы недостаточно представлены современные и инновационные инструменты PR-деятельности. Согласно анализу большого количества современных публикаций о деятельности государственных и региональных органов власти можно увидеть, что представления даже объективной информации становится недостаточно. Современная ситуация диктует более жесткие условия, и пресс-служба не может просто выполнять функции освещения и предоставления информации о деятельности органа власти.

Современная пресс-служба органа государственной власти должна занимать более активную позицию и формировать общественное мнение, а не просто транслировать информацию от органа власти к обществу.

Расширенные функции пресс-службы городской Думы г. Дзержинска

Активно устанавливать и развивать связи со средствами массовой информации: телевидением, радио, печатными изданиями, различными популярными Интернет-ресурсами (видео-хостинги).

Выступать инициатором организации пресс-конференций, брифингов, интервью в прямых эфирах на популярных передачах на радио и телевидении представителей городской Думы г. Дзержинска.

Организовывать индивидуальные встречи журналистов с Председателем, главами Комитетов и депутатами городской Думы г. Дзержинска.

Изучать запросы и предложения СМИ для более эффективного взаимодействия, оказывать содействие журналистам в обеспечении необходимой информацией о деятельности городской Думы.

Регулярно анализировать критические замечания и предложения, высказанные в публикациях СМИ в адрес городской Думы г. Дзержинска и структурных подразделений Думы, доводить различные замечания и предложения до сведения Председателя и депутатов Думы.

Взаимодействовать с отделом информационных ресурсов городской Думы г. Дзержинска в части распространения информации о деятельности Думы через WEB-сервер администрации города Дзержинска.

Оказывать помощь инициативным группам граждан в проведении встреч с представителем городской Думы г. Дзержинска.

Рисунок 2.5 – Расширенные функции пресс-службы городской Думы

Таким образом, проведенный анализ связей с общественностью пресс-службы городской Думы г. Дзержинска позволяет сделать следующие выводы. Задачи пресс-службы городской Думы г. Дзержинска достаточно широко представлены и выполняются в полном объеме.

При этом необходимо обратить особое внимание на тот факт, что в деятельности пресс-службы недостаточно представлены современные и инновационные инструменты PR-деятельности. Современная ситуация диктует более жесткие условия для функционирования органов власти, и пресс-служба не может просто выполнять функции освещения и предоставления информации о деятельности органа власти. Современная пресс-служба органа государственной власти должна занимать более активную позицию и формировать общественное мнение, а не просто транслировать информацию от органа власти к обществу.

Установление взаимодействия является ключевым направлением в деятельности Пресс-службы городской Думы г. Дзержинска и именно поэтому на применяемые способы установления такого взаимодействия обращается особое внимание на современном этапе.

Применяемые пресс-службой городской Думы г. Дзержинска способы взаимодействия с общественными институтами (партиями, СМИ, организациями и др.) должны быть эффективными, чтобы транслирование системы социальной информации о деятельности городской Думы происходило полноценно и без существенных искажений.

При этом важно подчеркнуть, что пресс-служба не просто является транслирующим органом, передающим информацию. Пресс-служба отвечает за формирование положительного имиджа и репутации органа власти, который представляет, то есть городской Думы г. Дзержинска.

Пресс-служба отвечает за формирование объективного общественного мнения, а не просто транслирует информацию о деятельности Думы. Данное замечание важно по той причине, что способы взаимодействия пресс-службы городской Думы с целевыми аудиториями при простой передаче информации и при необходимости формировать общественное мнение будут отличаться.

Таким образом, можно выделить основные проблемы в деятельности пресс-службы городской Думы г. Дзержинска.

– Действующая Пресс-служба городской Думы г. Дзержинска

выполняет стандартные функции связей с общественностью и СМИ, но не выполняет все специализированные функции пресс-центра. Пресс-служба, как было показано ранее в работе формирует и публикует отчеты о работе городской Думы г. Дзержинска в средствах массовой информации, организует специальные мероприятия (встречи депутатов) по взаимодействию с гражданами г. Дзержинска (целевой аудиторией) и др. Однако специальные функции (такие как организация оперативного взаимодействия Думы с СМИ, создание информационного банка данных городской Думы, видеотеки, фототеки, отражающих общественную значимость деятельности Думы, организация пресс-конференций и брифингов, подготовка официальных лиц Думы к интервью и др.) не реализуются в деятельности пресс-службы городской Думы.

– Пресс-служба городской Думы г. Дзержинска никак не формирует положительный имидж и деловую репутацию органа государственной власти, то есть не реализует специальные акции и PR-мероприятия, направленные на повышение имиджа и деловой репутации городской Думы перед целевой аудиторией. Специальные мероприятия и акции, направленные на создание положительного образа среди населения города Дзержинска, городской Думы, пресс-службой не проводятся.

– Пресс-служба городской Думы г. Дзержинска имеет недостаточно оптимальную организационную структуру и недостаточное количество сотрудников (PR-менеджеров) для выполнения специальных функций по формированию имиджа и деловой репутации городской Думы г. Дзержинска.

Глава 3. Разработка PR-программы пресс-службы городской Думы г. Дзержинска и оценка эффективности

3.1 Разработка PR-программы пресс-службы городской Думы города Дзержинска

PR-программа представляет собой комплекс тактических мероприятий, которые взаимосвязаны между собой и направлены на реализацию общей PR-стратегии. PR-программа также определяется как комплекс мероприятий, которые логически взаимосвязаны между собой и которые реализуются в определенной последовательности с целью изменения целевой аудитории и решения поставленных целей и задач. PR-программы при этом отличаются в зависимости от имеющейся ситуации и поставленных целей:

- 1) PR-программы быстрого реагирования, которые нацелены на блокирование имеющихся негативных тенденций;
- 2) PR-программы среднесрочные, наступательного характера, которые направлены на завоевание новых целевых аудиторий;
- 3) PR-программы долгосрочные, проективные, которые направлены на создание и управление деловой репутации субъекта.

Несмотря на то, что в работе были выявлены некоторые проблемы в работе Пресс-службы городской Думы г. Дзержинска, данные проблемы не являются настолько негативными, чтобы применять PR-программу быстрого реагирования. Такие программы применяются только в ситуации кризиса, например, если бы репутация городской Думы г. Дзержинска находилась бы под угрозой. Некоторые громкие высказывания некоторых депутатов в различных регионах, вызвавшие огромный резонанс среди общественности и в средствах массовой информации в последнее время (в частности, «о нормальном прожиточном минимуме в 3 500 рублей», о том, что «государство ничего не должно людям» и др.), могут послужить основой для применения PR-программы именно быстрого реагирования.

PR-программы быстрого реагирования считаются кризисными и краткосрочными, применяются только для того, чтобы в короткие сроки блокировать возникшие негативные тенденции в органах государственной власти и восстановить имидж и репутацию органа государственной власти.

PR-программы среднесрочные считаются наступательными, когда необходимо завоевать новые рынки и новые целевые аудитории. Также в отношении Пресс-службы городской Думы г. Дзержинска не подходит такая программа, так как для анализируемого органа государственной власти нет такой цели завоевывать новые целевые аудитории. Целевая аудитория городской Думы г. Дзержинска является неизменной – это жители города Дзержинска и выйти на новые рынки невозможно в силу объективных причин.

Однако PR-программа долгосрочная (направленная на создание и управление имиджем и деловой репутацией городской Думы г. Дзержинска) является оптимальной для анализируемого органа государственной власти.

В ходе анализа ранее были выявлены проблемы относительно отсутствия специализированных мероприятий в отношении формирования положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска.

Долгосрочная PR-программа, поэтому, подходит в большей мере для анализируемого органа власти, так как будет способствовать созданию положительного имиджа и репутации органа государственной власти.

PR-программа должна строиться по определенной схеме, последовательно по основным обязательным этапам:

1. Выявление и анализ существующих проблем связей с общественностью органа государственной власти.
2. Определение целевой аудитории PR-программы.
3. Формулировка целей и задач PR-программы.
4. Выбор каналов коммуникации (способов взаимодействия) с целевой аудиторией для решения целей и задач PR-программы.
5. Предложение ключевых мероприятий PR-программы для решения выявленных в ходе анализа проблем.

6. Формирование бюджета PR-программы (необходимого для реализации предложенных мероприятий).

7. Назначение лиц, ответственных за контроль результатов PR-программы и оценка эффективности PR-программы.

Так как разрабатываемая PR-программа является долгосрочной, оценить эффективность реализации предложенной программы можно только после непосредственного ее проведения. Однако можно запланировать примерные результаты предлагаемой PR-программы и оценить плановую эффективность (ожидаемую эффективность) от реализации PR-программы.

Таблица 3.1 – Календарный план долгосрочной PR-программы для формирования имиджа и деловой репутации городской Думы г. Дзержинска

Наименование этапа и работ	Кол-во дней	Ответственный за выполнение
Этап 1. Выявление и анализ проблем связей с общественностью городской Думы	4 дня	Пресс-служба городской Думы
Этап 2. Определение целевой аудитории	1 день	
Этап 3. Формулировка целей и задач	3 дня	
Этап 4. Выбор каналов коммуникации (способов взаимодействия) с целевой аудиторией	4 дня	
Этап 5. Разработка основных мероприятий	6 дней	
Этап 6. Формирование бюджета PR-программы	3 дня	
Этап 7. Контроль результатов предложенной PR-программы и оценка эффективности предложенной программы	3 дня	Аппарат городской Думы
Итого	24 дня	

Таким образом, Пресс-службе городской Думы г. Дзержинска потребуется всего 24 календарных для разработки PR-программы.

Также можно увидеть, что разработкой и реализацией долгосрочной PR-программы по созданию и управлению имиджем и деловой репутацией городской Думы г. Дзержинска будет заниматься непосредственно пресс-служба органа государственной власти. Контроль и оценку эффективности будет осуществлять Аппарат городской Думы г. Дзержинска.

Этап 1. Выявление и анализ существующих проблем связей с общественностью органа государственной власти – городской Думы г. Дзержинска. Анализ существующих проблем был проведен в предыдущем параграфе настоящего исследования. В частности, было выявлено:

– Действующая Пресс-служба городской Думы г. Дзержинска выполняет стандартные функции связей с общественностью и СМИ, но не выполняет все специализированные функции пресс-центра. Пресс-служба, как было показано ранее в работе формирует и публикует отчеты о работе городской Думы г. Дзержинска в средствах массовой информации, организует специальные мероприятия (встречи депутатов) по взаимодействию с гражданами г. Дзержинска (целевой аудиторией) и др. Однако специальные функции (такие как организация оперативного взаимодействия Думы с СМИ, создание информационного банка данных городской Думы, видеотеки, фототеки, отражающих общественную значимость деятельности Думы, организация пресс-конференций и брифингов, подготовка официальных лиц Думы к интервью и др.) не реализуются в деятельности пресс-службы городской Думы.

– Пресс-служба городской Думы г. Дзержинска никак не формирует положительный имидж и деловую репутацию органа государственной власти, то есть не реализует специальные акции и PR-мероприятия, направленные на повышение имиджа и деловой репутации городской Думы перед целевой аудиторией. Специальные мероприятия и акции, направленные на создание положительного образа среди населения города Дзержинска, городской Думы, пресс-службой не проводятся.

– Пресс-служба городской Думы г. Дзержинска имеет недостаточно оптимальную организационную структуру и недостаточное количество сотрудников (PR-менеджеров) для выполнения специальных функций по формированию положительного имиджа и положительной репутации городской Думы г. Дзержинска.

Этап 2. Определение целевой аудитории PR-программы. Ранее в работе подчеркивалось, что целевой аудиторией органа государственной власти является непосредственно все население города Дзержинска. В данном случае определение целевой аудитории носит несколько специфический характер, так как в отличие от предприятия или организации, городская Дума (как орган власти) не может выбрать себе определенную целевую аудиторию.

Однако можно разбить имеющуюся целевую аудиторию на несколько категорий и тогда пресс-служба будет применять различные средства и инструменты PR для работы с каждой аудиторией.

В частности, способы взаимодействия с целевой аудиторией, также методы и средства PR-программы, применяемые пресс-службой городской Думы г. Дзержинска, будут отличаться для взрослой аудитории (от 25 лет до 50 лет), для молодой аудитории (от 18 до 25 лет) и для более взрослой аудитории (от 50 лет и старше). Также будут отличаться способы взаимодействия с целевой аудиторией в работе пресс-службы городской Думы г. Дзержинска для работающих граждан, для неработающих и т.п.

Следовательно, необходимо не просто определение целевой аудитории для государственного органа власти, но четкая градация различных групп населения г. Дзержинска для подбора наиболее эффективных способов взаимодействия с целевой аудиторией. Учитывая, что долгосрочная PR-программа рассчитана на формирование положительного имиджа и репутации органа власти, в данном случае пресс-служба городской Думы г. Дзержинска должна четко разделить основные группы целевой аудитории по уровню и степени воздействия. В частности, более взрослая аудитория будет восприимчивой к одним способам взаимодействия (публикации в СМИ, телепередачи), молодая аудитория будет восприимчивой к другим способам взаимодействия (благотворительные концерты с приглашением молодежных групп и др.). Также представители бизнеса будут реагировать на проведение различных конференций и круглых столов, неработающие пенсионеры будут более восприимчивы к проведению праздничных мероприятий и т.п.

Для выполнения предложенной PR-программы по формированию имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска предлагается выделить следующие основные типы целевых аудиторий:

- первичные аудитории, которые непосредственно являются конечным объектом PR-активности пресс-службы;
- вторичные аудитории, сами средства массовой информации (СМИ), которые оказывают влияние на все остальные аудитории, формируют мнения, влияют на оценки и др.;
- третичные аудитории, «лидеры мнений», которые оказывают влияние как на первичные целевые аудитории (через средства массовой информации), так и непосредственно на сами СМИ.

Таким образом, пресс-службе городской Думы г. Дзержинска необходимо выстраивать взаимодействие со всеми видами представленных целевых аудиторий для формирования имиджа и репутации органа государственной власти – городской Думы г. Дзержинска.

Этап 3. Формулировка целей и задач PR-программы является одним из основных этапов. Как уже подчеркивалось ранее в работе, для пресс-службы городской Думы г. Дзержинска выбрана долгосрочная PR-программа, которая будет реализовываться пресс-службой данного органа власти.

Целью долгосрочной PR-программы органа государственной власти является формирование положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска. Данная цель включает основные задачи:

1) Создание и поддержание имиджа городской Думы г. Дзержинска путем актуализации, подчеркивания положительных качеств и характеристик органа государственной власти.

2) Транслирование всем выделенным видам целевых аудиторий и широкой общественности положительных действий городской Думы г. Дзержинска, оказывающих воздействие общественное и социальное положение

в регионе, формирование положительного восприятия обществом принимаемых решений.

3) Управление положительным имиджем и репутацией городской Думы г. Дзержинска, регулярный анализ и построение имиджа, соответствующего ключевым целевым установкам.

4) Формирование положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска средствами и методами PR.

5) Постоянная работа по формированию имиджа городской Думы г. Дзержинска, которая заключается в расширении многомерного описание портрета данного органа государственной власти, каким он должен быть увиден и воспринят целевой аудиторией, которой формируемый имидж непосредственно адресован.

Этап 4. Выбор каналов коммуникации (способов взаимодействия) с целевой аудиторией для решения целей и задач PR-программы. На данном этапе пресс-службой городской Думы г. Дзержинска должны быть выбраны основные каналы коммуникации (способы взаимодействия с целевой аудиторией) при помощи которых возможно достижение поставленных целей и задач. Каналы коммуникации, также способы взаимодействия и средства и методы PR пресс-службы городской Думы описываются далее в работе.

Этап 5. Мероприятия долгосрочной PR-программы по формированию имиджа и репутации городской Думы посредством совершенствования способов взаимодействия пресс-службы городской Думы г. Дзержинска с целевой аудиторией. Разработка мероприятий осуществляется непосредственно на основе выделенных в работе проблем в деятельности пресс-службы городской Думы г. Дзержинска. Следовательно, для решения поставленных целей и задач предложенной долгосрочной PR-программы предлагается три основных мероприятия.

Мероприятие 1. Оптимизация структуры пресс-службы городской думы г. Дзержинска. В работе ранее был сделан вывод, что пресс-служба имеет недостаточно оптимальную организационную структуру и недостаточное

количество сотрудников (PR-менеджеров) для выполнения специальных функций по формированию положительного имиджа и репутации.

Обычные функции пресс-службы городской Думы г. Дзержинска были проанализированы ранее в работе. Однако современная практика требует от пресс-службы гораздо большего количества функций и обязанностей.

В частности, в отличие от имеющейся структуры пресс-службы предлагается оптимизированная структура данного органа (рис. 3.1).

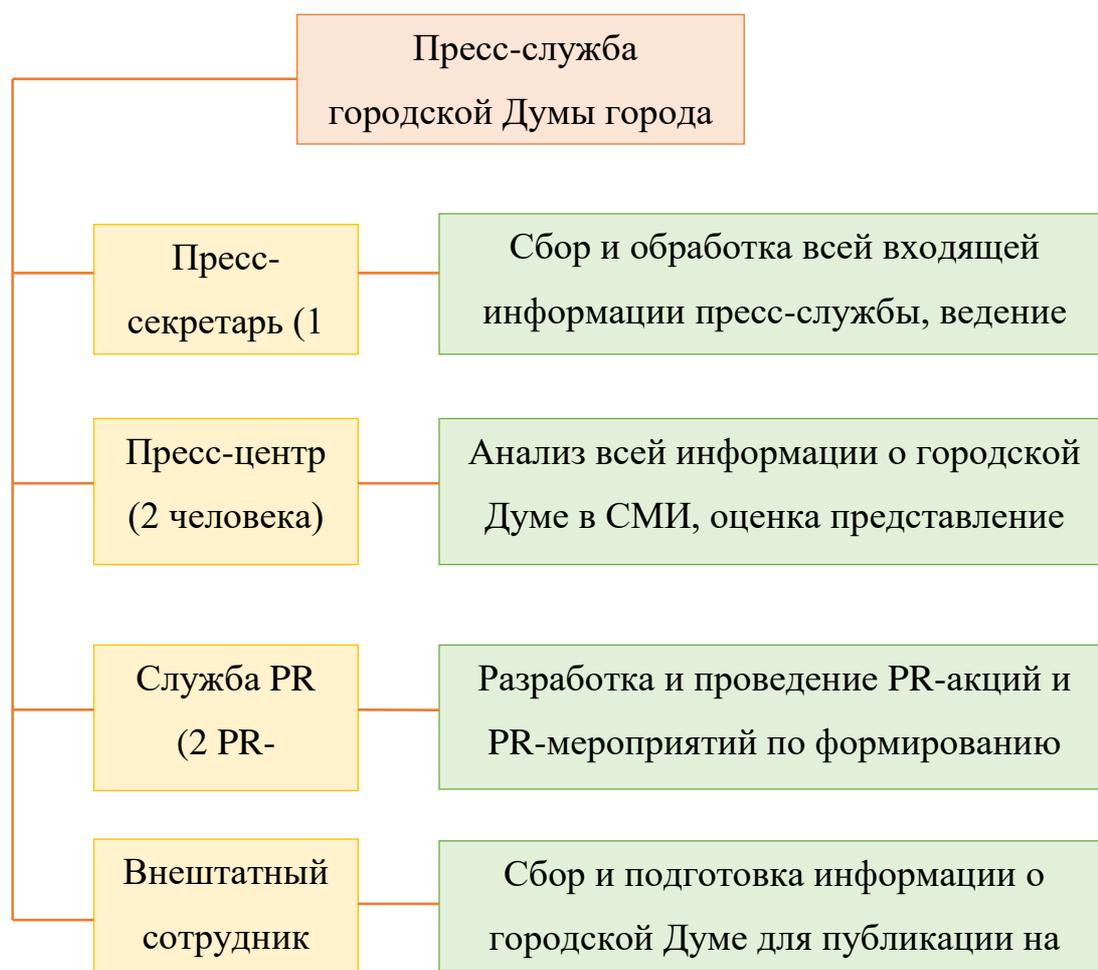


Рисунок 3.1 – Предлагаемая организационная структура пресс-службы городской Думы г. Дзержинска

Отличия от действующей структуры пресс-службы городской Думы г. Дзержинска заключается в добавлении таких структурных единиц, как пресс-центр (1 сотрудник), службы PR (2 сотрудника) и внештатный сотрудник.

Проблемой действующей структуры пресс-службы городской Думы г. Дзержинска является смешивание и постоянное пересечение функций между

сотрудниками пресс-службы. В предлагаемой же организационной структуре пресс-службы городской Думы г. Дзержинска функции будут четко разделены между подразделениями пресс-службы следующим образом:

- Пресс-секретарь будет выполнять сбор и обработку всей входящей информации пресс-службы, ведение протоколов заседаний, подготовку документов и другие сопутствующие функции.
- Пресс-центр будет выполнять анализ всей информации о городской Думе г. Дзержинска в СМИ, оценка представление информации, организация интервью и встреч с СМИ.
- Служба PR будет выполнять непосредственно функции PR, в частности, разработку и проведение PR-акций и PR-мероприятий по формированию имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска.
- Внештатный сотрудник будет осуществлять сбор и подготовку информации о городской Думе для публикации на официальном сайте и в средствах массовой информации.

Также оптимизированная структура пресс-службы городской Думы г. Дзержинска сможет выполнять специальные функции. Ранее в работе к основным проблемам пресс-службы было отнесено как раз-таки то, что специальные функции (такие как организация оперативного взаимодействия Думы с СМИ, создание информационного банка данных городской Думы, видеотеки, фототеки, отражающих общественную значимость деятельности Думы, организация пресс-конференций и брифингов, подготовка официальных лиц Думы к интервью и др.) не реализуются в деятельности пресс-службы городской Думы. В оптимизированной структуре пресс-служба сможет выполнять специальные функции (рисунок 3.2).

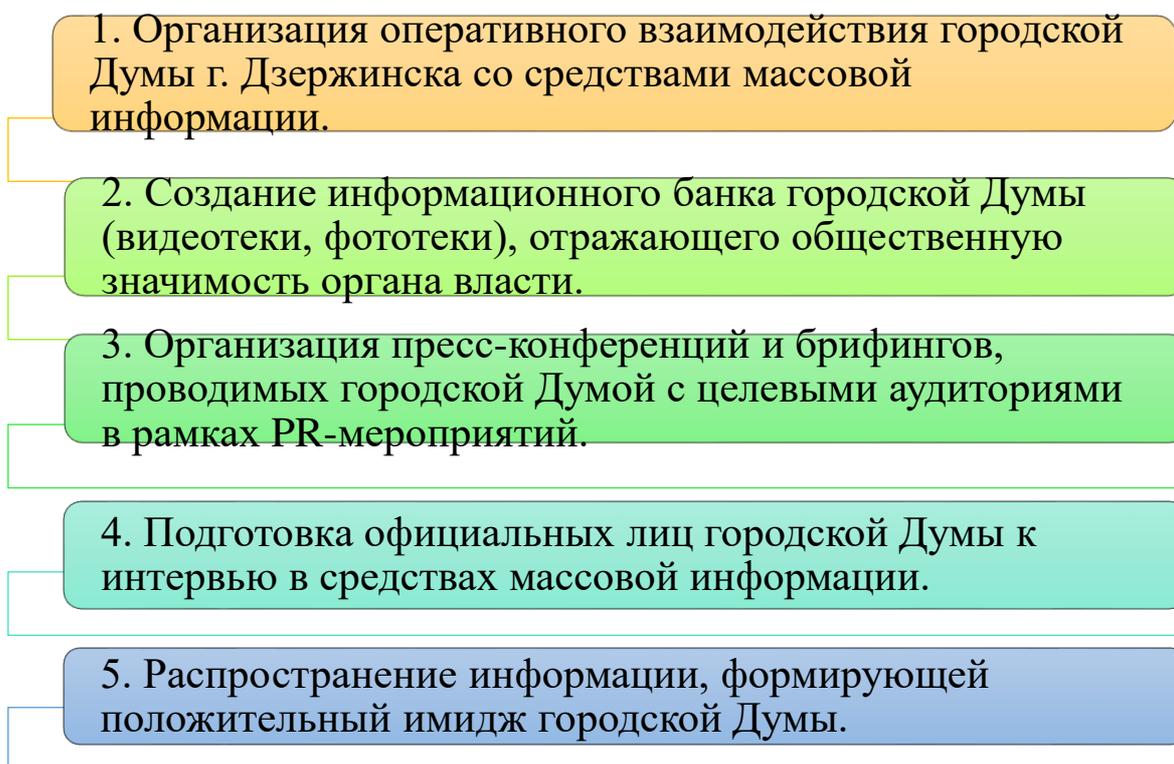


Рисунок 3.2 – Специальные функции пресс-службы городской Думы г. Дзержинска в рамках долгосрочной PR-программы

Как можно увидеть, в рамках реализации предложенной PR-программы по формированию положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска предлагается выполнение различных специальных функций, которые будут четко разделены между предложенными подразделениями пресс-службы в новой оптимизированной структуре.

Мероприятие 2 Внедрение новых современных способов взаимодействия с целевой аудиторией пресс-службы городской думы г. Дзержинска. Необходимо понимать, что деятельность пресс-службы городской Думы г. Дзержинска изначально очень тесно связана с коммуникационным процессом. Взаимодействие с целевой аудиторией, по сути, и есть коммуникация от органа власти к средствам массовой информации и от средств массовой информации к целевой аудитории.

Важно понимать, что построение отношений органа государственной власти со средствами массовой информации является серьезным и

ответственным мероприятием. Несмотря на активное развитие новых видов информатизации общества (в частности, сеть Интернет), роль традиционных СМИ также не ослабевает. Средства массовой информации (включая современные информационные каналы связи) активно используют инновации в своей деятельности, в частности, создают собственные сайты, где размещают актуальную информацию о деятельности конкретного органа власти, новости, освещение различных мероприятий и т.д. Практически все органы власти в настоящее время имеют собственные сайты, на которых размещаются статьи, предоставляемые пресс-службой данного органа власти, размещаются интервью с ключевыми руководителями органа власти и т.д.

Деятельность пресс-службы городской Думы г. Дзержинска должна включать следующие основные мероприятия:

1. Создание и постоянное пополнение видеоархива городской Думы,
2. Создание и пополнение фотоархива городской Думы,
3. Новости городской Думы г. Дзержинска,
4. Архив заседаний городской Думы г. Дзержинска,
5. Новости комитетов городской Думы г. Дзержинска,
6. Анонсы мероприятий, проводимых городской Думой,
7. Опровержения, уточнения по различным публикациям в средствах массовой информации,
8. Публикация информационного бюллетеня городской Думы.

Пресс-служба городской Думы г. Дзержинска должна наладить тесное взаимодействие с официальными средствами массовой информации города Дзержинска и регулярно публиковать информацию, способствующую формированию положительного имиджа и репутации органа власти.

Отношения со средствами массовой информации в настоящее время выстраиваются непосредственно в телекоммуникационной сети Интернет:

- Создание веб-сайта городской Думы г. Дзержинска, ориентированного на работу со средствами массовой информации. В данном отношении необходимо подчеркнуть, что сайт городской Думы создан и функционирует

(как было показано в анализе в предыдущем параграфе). Однако необходимо оптимизировать сайт для взаимодействия с ключевыми СМИ.

- Осуществление персонализированной информационной рассылки средствами массовой информации г. Дзержинска о деятельности городской Думы (регулярное освещение заседаний, мероприятий и др.). В данной рассылке необходимо представлять анонсы будущих мероприятий, сообщения, пресс-релизы и другие официальные информационные материалы причем рассылка должна осуществляться регулярно.

- Использование электронной почты как способа взаимодействия с целевыми аудиториями и в частности, со средствами массовой информации. Пресс-центр городской Думы г. Дзержинска может регулярно отправлять на электронную почту ключевых СМИ города Дзержинска актуальную информацию и новости о деятельности городской Думы. Также по электронной почте необходимо осуществлять электронную версию «Информационного бюллетеня городской Думы г. Дзержинска».

- Организация онлайн-интервью. За организацию и проведение интервью в режиме «он-лайн» непосредственно будут отвечать PR-менеджеры службы PR, которую предлагается внедрить как отдельное подразделение в структуру пресс-службы городской Думы г. Дзержинска. Публикация интервью «он-лайн» планируется на официальном сайте городской Думы г. Дзержинска и на популярных видеохостингах.

В рамках внедрения современных способов взаимодействия городской Думы г. Дзержинска предлагается издание и публикация информационных бюллетеней. Пример информационного бюллетеня городской Думы г. Дзержинска на сентябрь 2019 года приводится в Приложении 1.

Можно увидеть, что в информационном бюллетене городской Думы г. Дзержинска публикуются все события, которые проводятся органом государственной власти. При этом большинство событий (встреча в школе-интернате, организация показа кино, организация презентации популярных

книг, ярмарка рабочих вакансий и др.) в большей мере способствует формированию положительного имиджа и репутации городской Думы.

Информационные бюллетени предлагается издавать ежемесячно и размещать их на официальном сайте городской Думы г. Дзержинска.

Далее в рамках внедрения современных способов взаимодействия городской Думы г. Дзержинска предлагается публикация анонсов мероприятий. Пресс-службе городской Думы г. Дзержинска предлагается формировать и публиковать регулярные анонсы мероприятий, представленные на официальном сайте пресс-службы в свободном доступе.

Также в рамках внедрения современных способов взаимодействия городской Думы г. Дзержинска предлагается обновление и оптимизация Интернет-сайта городской Думы г. Дзержинска. Как уже отмечалось ранее в работе, городская Дума г. Дзержинска как орган государственной власти имеет свой собственный сайт. На сайте (<https://www.dumadzr.ru>) пресс-службе предлагается регулярно публиковать материалы, которые будут широко освещают деятельность всех комитетов Думы и депутатов.

В рамках оптимизации данного сайта предлагается не просто публикация всех материалов (как это делается в действующей версии сайта), но такая организация публикации материалов, который будет способствовать формированию положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска. Также на сайте предлагается публиковать все информационные бюллетени и анонсы всех мероприятий городской Думы г. Дзержинска.

Пресс-службе городской Думы г. Дзержинска на сайте городской Думы г. Дзержинска предлагается также внедрение таких разделов:

1. Видеоархив городской Думы г. Дзержинска,
2. Фотоархив городской Думы г. Дзержинска,
3. Новости городской Думы,
4. Архив заседаний Комитетов городской Думы,
5. Опровержения, уточнения (относительно негативной информации),
6. Анонсы мероприятий,

7. Информационный бюллетени.

На сайте городской Думы г. Дзержинска предлагается публиковать информацию о планируемых мероприятиях, указывать дату повод, место проведения каждого мероприятия, контактный телефон, также после проведения мероприятия фото и видео репортажи с места событий.

В рамках внедрения современных способов взаимодействия городской Думы г. Дзержинска предлагается издание и публикация на официальном сайте пресс-релизов на различные темы, причем публиковать файлы в свободном просмотре доступными как для просмотра, так и для скачивания.

Таким образом, в рамках мероприятия 2 реализации PR-программы по формированию положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска предлагается применение следующих современных способов взаимодействия с целевыми аудиториями:

1. Создание и публикация информационных бюллетеней, освещающих подробно деятельность городской Думы г. Дзержинска.
2. Создание и публикация анонсов мероприятий, проводимых городской Думой г. Дзержинска.
3. Оптимизация сайта городской Думы и создание фотоархивов, видеоархивов о деятельности органа власти.
4. Публикация пресс-релизов на различные темы на официальном сайте городской Думы г. Дзержинска.
5. Установление обратной связи с целевыми аудиториями.

Мероприятие 3. Формирование положительного имиджа и репутации регионального органа власти – городской Думы г. Дзержинска средствами и методами PR. Данное мероприятие является ключевым в PR-программе.

Имидж региональных органов власти является публичной категорией, поскольку предназначен для массового восприятия различными целевыми аудиториями. Публичный характер имиджа городской Думы г. Дзержинска обусловлен тем, что с органами власти вплотную взаимодействует на самом деле довольно ограниченное количество людей.

Большинство же представителей общества формируют свое мнение об органе государственной власти только на основе опубликованных материалов в средствах массовой информации. Доступность представлений об органе власти и деятельности данного органа власти широкому кругу лиц и является основой формирования имиджа органов власти.

Следовательно, в рамках формирования положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска, прежде всего, предлагается PR-менеджерам пресс-службы обеспечить доступность компактной информации о деятельности органа власти всем слоям и всем целевым аудиториям.

Целью создания имиджа городской Думы г. Дзержинска, как уже подчеркивалось ранее, является актуализация, подчеркивание положительных качеств и характеристик данного органа государственной власти, способных оказывать положительное воздействие на отношение граждан к проводимой Думой политике, служить положительному восприятию целевыми аудиториями принимаемых городской Думой г. Дзержинска решений.

Важно, чтобы PR-менеджеры не «пустили на самотек» формирование имиджа органа региональной власти, который может сформироваться стихийно и может не соответствовать целевым установкам. Следовательно, одной из основных задач пресс-службы городской Думы г. Дзержинска является управление имиджем и последовательное формирование методами PR.

Работа по формированию имиджа городской Думы г. Дзержинска связана с расширенным многомерным описанием портрета данного органа государственной власти, каким Дума должна быть увидена и воспринята целевыми аудиториями. Рассматривая связи с общественностью как процесс коммуникации, необходимо подчеркнуть, что имидж является непосредственно сообщением, которое Дума направляет жителям города.

Ключевой посылкой для конструирования положительного имиджа должна стать общая концепция деятельности городской Думы г. Дзержинска, также функции, цели и задачи, которые Дума выполняет, и миссия городской Думы как независимого органа региональной власти.

Имидж городской Думы г. Дзержинска, формируемый пресс-службой, должен включать в себя четыре основных компонента:

- 1) функциональный элемент имиджа,
- 2) интерактивный элемент имиджа,
- 3) личностный элемент имиджа,
- 4) внешний элемент имиджа.

1) Функциональный элемент имиджа основан на том, какие функции выполняет городская Дума г. Дзержинска и достигает ли Дума реализации поставленных целей и задач, которые предписаны законодательством.

Следовательно, на практике PR-менеджеры городской Думы г. Дзержинска могут применить следующие средства и методы PR для формирования функционального элемента имиджа:

– организация информационных мероприятий – конференций и брифингов, где представители городской Думы г. Дзержинска смогут обоснованно показать, что выполняют поставленные функции.

В качестве PR-мероприятий можно предложить:

– публикации в средствах массовой информации отчетов о деятельности городской Думы г. Дзержинска, в рамках выполнения основных функций, как органа государственной власти;

– проведение пресс-конференций и брифингов, в ходе которых представители городской Думы г. Дзержинска могут заявить свою позицию по наиболее актуальным для общества вопросам.

2) Интерактивный элемент имиджа городской Думы г. Дзержинска должен раскрывать суть через следующие мероприятия:

– организация встреч пресс-службы городской Думы г. Дзержинска и депутатов Думы с жителями города Дзержинска,

– организация постоянных встреч с представителями общественных движений, политических партий и коммерческих организаций,

в ходе которых пресс-служба будет формировать представления и установки, касающиеся органа государственной власти.

Также необходимо, чтобы пресс-служба обратила внимание депутатов городской Думы г. Дзержинска на то, чтобы они соблюдали нормы профессиональной и деловой этики, не допускали некорректного поведения в отношении граждан, представителей коммерческих организаций, особенно средств массовой информации, соблюдали принципы непредвзятого отношения к жалобам и обеспечивали открытость принимаемых решений.

В данной связи пресс-служба должна организовывать и проводить мероприятия, позволяющие воспринимать орган государственной власти не как бюрократическое учреждение, но как организацию, нацеленную на сотрудничество с жителями города в самых различных сферах.

3) Личностный элемент имиджа городской Думы г. Дзержинска обусловлен имиджем главы – Председателя городской Думы. Лицом городской Думы, особенно в общении с прессой, выступает непосредственно Председатель городской Думы, поэтому именно имидж Председателя во многом будет проецироваться на имидж всего органа власти, в некоторых случаях и полностью ассоциироваться с имиджем Председателя.

Следовательно, пресс-службе городской Думы г. Дзержинска необходимо обратить внимание на формирование имиджа непосредственно одного лица – Председателя городской Думы с учетом личностных характеристик (тип личности, характер, внешность, психофизиологические особенности, стиль поведения, и т.д.), социальных характеристик (полученное образование, разделяемые ценности и убеждения и др.).

При отображении личностных, социальных, символических и других характеристик имиджа Председателя городской Думы г. Дзержинска необходимо постоянное преломление данных характеристик через призму занимаемой должности руководителя значимого органа государственной власти – городской Думы. Имидж Председателя оказывает влияние на имидж всего органа региональной власти и поэтому имидж руководителя должен

отражать сущность всей городской Думы. Созданный и поддерживаемый имидж Председателя городской Думы г. Дзержинска должен служить для населения города Дзержинска своеобразным символом обеспечения законности и порядка на территории города.

Методами PR при формировании личностного элемента имиджа руководителя городской Думы г. Дзержинска будут являться:

- постоянный опрос представителей целевых аудиторий об имидже Председателя городской Думы;
- конструирование наиболее позитивного имиджа Председателя городской Думы в средствах массовой информации, обращение внимание в публикациях на те черты Председателя, которые могут быть привлекательны для больше части целевой аудитории;
- демонстрация в различных публикациях и на различных мероприятиях компетентности Председателя городской Думы, глубины понимания и знания руководителем основных проблем города и нацеленности на решение выявленных проблем.

4) Внешний элемент имиджа городской Думы г. Дзержинска связан с эстетикой и непосредственно внешним восприятием Председателя и депутатов городской Думы города Дзержинска.

Важным в свете последних многих резонансных заявлений депутатов является непосредственно одежда и внешний вид представителя органа государственной власти. Очень много в последнее время появилось публикаций о слишком дорогих часах депутатов (речь идет о нескольких миллионах рублей), дорогой обуви, слишком дорогих машинах, домах и др.

Для формирования положительного имидже пресс-служба городской Думы г. Дзержинска должна следить за такими проявлениями и советовать Председателю и депутатам городской Думы выглядеть соответствующим образом на каждом проводимом пресс-службой мероприятии.

Также важно учитывать современный стиль и дизайн атрибутов городской Думы г. Дзержинска, которые помогают сформировать положительное отношение к органу власти у членов общества, не как к типичным государственно-бюрократическим учреждениям, но как к организациям, способным к развитию, совершенствованию и восприятию всего положительного, что происходит в конкретном городе.

В данной связи важна единая атрибутика и единый стиль городской Думы г. Дзержинска, что предполагает разработку пресс-службой выдержанных в схожих стилистических решениях документов и другой полиграфической продукции, палитры цветов, которые позволят отличать документы городской Думы г. Дзержинска от других государственных, общественных и политических организаций города.

Важной составляющей герб города Дзержинска, который может и должен использоваться при оформлении всех официальных документов, публикуемых пресс-службой городской Думы г. Дзержинска и использоваться на стендах при проведении различных PR-мероприятий.



Рисунок 3.3 – Герб города Дзержинска

В таком случае способами воздействия на целевую аудиторию, применяемыми пресс-службой городской Думы г. Дзержинска будут:

- Формирование наиболее позитивного внешнего вида Председателя и

депутатов городской Думы г. Дзержинска для соответствия ожиданиями целевых аудиторий;

- Использование официальной атрибутики (герба г. Дзержинска) и единого стиля на всех официальных документах, публикуемых городской Думой г. Дзержинска;

Также в рамках реализации долгосрочной PR-программы по формированию положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска основными направлениями деятельности пресс-службы будут следующие ключевые PR-мероприятия:

- установление, поддержание и расширение контактов с жителями города Дзержинска, со средствами массовой информации, с предприятиями и организациями города;

- информирование общественности о сущности принимаемых городской Думой г. Дзержинска решений;

- формирование благоприятного положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска как органа власти;

- анализ общественной реакции на действия должностных лиц городской Думы г. Дзержинска как органа власти;

- прогнозирование социально-политического процесса, обеспечение городской Думы г. Дзержинска прогнозными аналитическими разработками относительно будущих тенденций.

Ранее в работе были описаны основные этапы долгосрочной PR-программы по формированию положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска. Заключительными этапами является формирование бюджета предложенной PR-программы, установление ответственных лиц, которые будут осуществлять контроль за реализацией программы и оценка эффективности предложенной PR-программы.

3.2 Оценка эффективности предложенной программы для пресс-службы городской Думы г. Дзержинска

Формирование бюджета PR-программы (необходимого для реализации предложенных мероприятий). Все предложенные мероприятия долгосрочной PR-программы по формированию положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Содержание долгосрочной PR-программы по формированию положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска

Наименование этапа и работ
Этап 1. Выявление и анализ проблем связей с общественностью городской Думы
Этап 2. Определение целевой аудитории (выделены): <ul style="list-style-type: none">– первичные аудитории, объект PR-активности пресс-службы городской Думы;– вторичные аудитории, средства массовой информации (СМИ), которые оказывают влияние на все остальные аудитории, формируют мнения, влияют на оценки и др.;– третичные аудитории, которые оказывают влияние как на первичные целевые аудитории (через СМИ), так и непосредственно на сами СМИ.
Этап 3. Формулировка целей и задач (установлены): <p>Целью является формирование положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска. Задачи:</p> <ol style="list-style-type: none">1) Создание и поддержание имиджа городской Думы путем актуализации положительных характеристик.2) Транслирование целевым аудиториям положительных действий городской Думы г. Дзержинска, формирование положительного восприятия обществом принимаемых органом власти решений.

- 3) Управление положительным имиджем и репутацией.
- 4) Формирование положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска средствами и методами PR.
- 5) Постоянная работа по расширению многомерного описания портрета органа государственной власти, соответствующего ожиданиям широкой общественности и целевых аудиторий.

Этап 4. Выбор каналов коммуникации (способов взаимодействия) с целевой аудиторией. выбраны основные каналы коммуникации (способы взаимодействия с целевой аудиторией) при помощи которых возможно достижение целей и задач. Каналы коммуникации, способы взаимодействия и средства и методы PR пресс-службы городской Думы г. Дзержинска раскрываются в основных мероприятиях.

Этап 5. Разработка основных мероприятий:

Мероприятие 1. Оптимизация структуры пресс-службы городской думы г. Дзержинска. Внедрение новых должностей с функциональными обязанностями:

1. Пресс-секретарь – сбор и обработка информации пресс-службы, ведение протоколов заседаний, подготовка документов.

2. Пресс-центр – анализ информации, оценка и представление информации, организация интервью и встреч с СМИ.

3. Служба PR – функции PR, разработка и проведение PR-акций и PR мероприятий по формированию имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска.

4. Внештатный сотрудник – сбор и подготовка информации о городской Думе для публикации на официальном сайте и в средствах массовой информации.

Мероприятие 2. Внедрение новых современных способов взаимодействия с целевой аудиторией пресс-службы городской думы г. Дзержинска.

Предлагается создание веб-сайта городской Думы г. Дзержинска, персонализированная информационная рассылка СМИ г. Дзержинска о деятельности городской Думы, использование электронной почты как способа взаимодействия с целевыми аудиториями, организация онлайн-интервью.

5. Создание и публикация информационных бюллетеней, освещающих подробно деятельность городской Думы г. Дзержинска.

6. Создание и публикация анонсов мероприятий, проводимых городской Думой.

7. Оптимизация сайта городской Думы и создание фотоархивов, видеоархивов о деятельности органа власти.

8. Публикация пресс-релизов на различные темы на официальном сайте Думы.

9. Установление обратной связи с целевыми аудиториями.

Внедрение на официальном сайте городской Думы следующих разделов: видеоархив, фотоархив, новости, архив заседаний Комитетов, опровержения, уточнения, анонсы мероприятий, информационный бюллетени.

Мероприятие 3. Формирование положительного имиджа и репутации регионального органа власти – городской Думы г. Дзержинска средствами и методами PR.

1) Средства и методы PR для формирования функционального элемента имиджа: организация информационных мероприятий – конференций и брифингов, где представители городской Думы г. Дзержинска смогут обоснованно показать, что выполняют поставленные функции; публикации в средствах массовой информации отчетов о деятельности городской Думы г. Дзержинска, в рамках выполнения основных функций, как органа государственной власти; проведение пресс-конференций и брифингов, в ходе которых представители городской Думы

могут заявить свою позицию по актуальным для общества вопросам.

2) Интерактивный элемент имиджа городской будет раскрыт при помощи: организации встреч пресс-службы городской Думы и депутатов Думы с жителями Дзержинска, организации постоянных встреч с представителями общественных движений, политических партий и коммерческих организаций.

3) Методами PR при формировании личностного элемента будут являться: постоянный опрос представителей целевых аудиторий об имидже Председателя городской Думы; конструирование наиболее позитивного имиджа Председателя городской Думы в средствах массовой информации, обращение внимание в публикациях на те черты Председателя, которые могут быть привлекательны для больше части целевой аудитории; демонстрация в различных публикациях и на различных мероприятиях компетентности Председателя городской Думы, глубины понимания и знания руководителем основных проблем города и нацеленности на решение выявленных проблем.

4) Способами воздействия на целевую аудиторию, для формирования внешнего имиджа будут: формирование позитивного внешнего вида Председателя и депутатов городской Думы для соответствия ожиданиями целевых аудиторий; использование официальной атрибутики (герба г. Дзержинска) и единого стиля на всех официальных документах, публикуемых городской Думой.

Этап 6. Формирование бюджета PR-программы. Для реализации PR-программы в плановом периоде потребуется средств в размере тыс. руб.

Этап 7. Контроль результатов предложенной PR-программы и оценка эффективности предложенной программы проводится далее в работе.

Для расчета эффективности необходимо произвести расчеты на все предложенные мероприятия долгосрочной PR-программы по формированию положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска.

Таблица 3.3 – Смета затрат на проведение долгосрочной PR-программы по формированию положительного имиджа и репутации городской Думы

Наименование этапа и работ	Затраты, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.
Этап 1. Выявление и анализ проблем связей с общественностью городской Думы	25,0	25,0
Этап 2. Определение целевых аудиторий	15,0	15,0
Этап 3. Формулировка целей и задач	-	-
Этап 4. Выбор (способов взаимодействия) с целевой аудиторией	-	-
Этап 5. Затраты на проведение мероприятий:		
5.1 Затраты на персонал пресс-службы	71,0	852,0
5.2 Затраты на работу с сайтом	16,0	302,0
5.3 Затраты на PR-мероприятия		
Этап 6. Формирование бюджета PR-программы	-	-
Этап 7. Контроль результатов предложенной PR-программы и оценка эффективности предложенной программы	15,0	15,0
Итого	142,0	1 209,0

Некоторые этапы и работы входят в должностные обязанности сотрудников пресс-службы городской Думы г. Дзержинска и поэтому отдельно не составляют затрат. Некоторые же работы должны быть рассчитаны как отдельные статьи затрат для реализации PR-программы.

В частности, в рамках реализации мероприятия 1 добавляются новые сотрудники пресс-службы, для которых рассчитывается заработная плата.

Предлагается внедрить одного сотрудника в пресс-центр, заработная плата которого предлагается 18,0 тыс. руб. в месяц.

$18,0 * 12 \text{ месяцев} = 216,0 \text{ тыс. руб.}$

Также предлагается внедрение двух PR-менеджеров, которые будут непосредственно заниматься организацией PR-акций и мероприятий. Предлагается заработная плата в размере 21,0 тыс. руб. в месяц.

$21,0 * 2 \text{ человека} * 12 \text{ месяцев} = 504,0 \text{ тыс. руб.}$

Оплата внештатного сотрудника будет осуществляться непосредственно по факту выполненных функций из бюджета городской Думы. Примерные средние затраты составят 11,0 тыс. руб. в месяц.

$11,0 * 12 \text{ месяцев} = 132,0 \text{ тыс. руб.}$

Следовательно, на мероприятие 1 потребуется затрат:

$216,0 + 504,0 + 132,0 = 852,0 \text{ тыс. руб.}$

В рамках мероприятия 2 рассчитываются затраты на оптимизацию сайта, которые составляют по данным официальных агентств – 110,0 тыс. руб.

Также необходимо учитывать затраты на постоянное обновление сайта и публикацию всех предложенных PR-материалов.

По средним данным специализированных агентств обновление информации ежемесячно потребует затрат в размере 16,0 тыс. руб., следовательно, в год затраты составят:

$16,0 * 12 = 192,0 \text{ тыс. руб.}$

Следовательно, на мероприятие 2 потребуется затрат:

$110,0 + 192,0 = 302,0 \text{ тыс. руб.}$

Этап 7. Назначение лиц, ответственных за контроль результатов PR-программы и оценка эффективности PR-программы.

Ответственными лицами за проведение назначаются все внедренные сотрудники в пресс-службу городской Думы г. Дзержинска:

- руководитель пресс-службы,

- пресс-секретарь пресс-службы,
- работники пресс-центра,
- PR-менеджеры.

Контроль за эффективностью долгосрочной PR-программы по формированию положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска и оценку эффективности будет проводить непосредственно руководитель Аппарата городской Думы города Дзержинска.

Оценить эффективность в количественных показателях довольно сложно, так как все предложенные мероприятия PR-программы являются качественными и способствуют формированию положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска. В данном случае предлагается применить методику экспертного опроса по следующей схеме.

В качестве экспертов предлагается выбрать:

1. Руководитель Аппарата городской Думы г. Дзержинска.
2. Начальник правового управления городской Думы г. Дзержинска.
3. Начальник управления по взаимодействию с органами

государственной власти, местного самоуправления, общественностью и СМИ.

Ключевые показатели эффективности предложенной долгосрочной PR-программы по формированию положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска приводятся в таблице 3.4.

Экспертам будет предложено поставить оценку от 1 до 3 баллов в зависимости от реализации конкретного показателя. 1 балл – показатель не был реализован, 3 балла показатель был полностью реализован.

Далее будет вычислена средняя оценка методом среднего арифметического между тремя оценками экспертов.

Минимальный балл по предложенной методике составляет 30 баллов, максимальная оценка составляет 90 баллов. Предлагается шкала:

– Оценку от 30 до 50 баллов можно считать отрицательным показателем, в данном случае PR-программа будет считаться не реализованной и неэффективной для городской Думы.

– Оценку от 50 до 70 баллов можно считать средним показателем, в данном случае PR-программа будет считаться частичной реализованной и достаточно эффективной для городской Думы.

– Оценку от 70 до 90 баллов можно считать высоким показателем, и в данном случае PR-программа будет считаться полностью реализованной и эффективной для городской Думы.

Предложенная в таблице 3.4 методика является документом, по которому можно будет оценить эффективность PR-программы только непосредственно после реализации программы. Оценить эффективность программы до непосредственного ее проведения невозможно.

Таким образом, можно сделать общий вывод, что в настоящей работе была предложена актуальная и практически реализуемая долгосрочная PR-программа по формированию положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска. В рамках предложенной PR-программы были предложены современные и эффективные способы взаимодействия с целевыми аудиториями города Дзержинска.

Всего на реализацию PR-программы по формированию положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска потребуется затрат в размере тыс. руб. Предполагается, что предложенная PR-программа будет эффективной в деятельности государственной Думы.

Таблица 3.4 – Экспертный опрос долгосрочной PR-программы по формированию положительного имиджа и репутации городской Думы

Показатели PR-программы	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Средняя оценка
1. Проведен анализ проблем связей с общественностью городской Думы				
2. Определены целевые аудитории				
3. Сформулированы цели и задачи деятельности пресс-службы				

4. Выбраны эффективные способы взаимодействия с целевыми аудиториями городской Думы				
5. Внедрение новых должностей пресс-службы способствовало повышению эффективности				
6. Реализованы новые способы взаимодействия с целевыми аудиториями городской Думы				
7. осуществлено формирование положительного имиджа Думы				
7. Бюджета PR-программы соответствует поставленным целям				
8. Назначены ответственные лица за выполнение PR-программы				
9. Реализованы все запланированные на плановый год PR-мероприятия				
10. Деятельность пресс-службы в формировании имиджа городской Думы была реализована				

Таким образом, можно сделать вывод, что предложенная PR-программа будет способствовать внедрению новых способов взаимодействия с целевыми аудиториями и формирования положительного имиджа городской Думы города Дзержинска.

Заключение

Настоящее исследование было посвящено анализу связей с общественностью в органах государственной власти: способам взаимодействия с целевой аудиторией. Практический анализ проводился на примере Пресс-службы Аппарата городской Думы г. Дзержинска.

В работе был сделан вывод, что долгосрочная PR-программа подходит в большей мере для органа власти, так как будет способствовать созданию положительного имиджа и репутации органа государственной власти. PR-программа должна строиться по основным обязательным этапам:

1. Выявление и анализ проблем связей с общественностью.
2. Определение целевой аудитории PR-программы.
3. Формулировка целей и задач PR-программы.
4. Выбор каналов коммуникации (способов взаимодействия).
5. Предложение ключевых мероприятий PR-программы.
6. Формирование бюджета PR-программы.
7. Назначение лиц, ответственных за контроль результатов PR-программы и оценка эффективности PR-программы.

Этап 1. Выявление и анализ существующих проблем связей с общественностью городской Думы г. Дзержинска. Было выявлено:

– Действующая Пресс-служба городской Думы г. Дзержинска выполняет стандартные функции связей с общественностью и СМИ, но не выполняет все специализированные функции пресс-центра. П.

– Пресс-служба городской Думы г. Дзержинска не формирует положительный имидж и репутация органа государственной власти, не реализует специальные акции и PR-мероприятия, направленные на повышение имиджа городской Думы перед целевыми аудиториями.

– Пресс-служба городской Думы г. Дзержинска имеет недостаточно оптимальную организационную структуру и недостаточное количество сотрудников (PR-менеджеров).

Этап 2. Определение целевой аудитории PR-программы. В ходе анализа были выявлены следующие основные типы целевых аудиторий:

- первичные аудитории, объекты PR-активности пресс-службы;
- вторичные аудитории, средства массовой информации (СМИ);
- третичные аудитории, «лидеры мнений», оказывающие влияние как на первичные целевые аудитории, так и на сами СМИ.

Этап 3. Формулировка целей и задач PR-программы является одним из основных этапов. Целью долгосрочной PR-программы является формирование положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска. Данная цель включает основные задачи:

- 1) Создание и поддержание имиджа городской Думы г. Дзержинска.
- 2) Транслирование целевым аудиториям положительных действий городской Думы г. Дзержинска, формирование положительного восприятия обществом принимаемых решений.
- 3) Управление положительным имиджем и репутацией городской Думы г. Дзержинска, регулярный анализ и построение имиджа.
- 4) Формирование положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска средствами и методами PR.

Этап 4. Выбор каналов коммуникации (способов взаимодействия) с целевой аудиторией для решения целей и задач PR-программы. В работе были выбраны современные способы взаимодействия с целевыми аудиториями.

Этап 5. Мероприятия долгосрочной PR-программы по формированию имиджа и репутации городской Думы посредством совершенствования способов взаимодействия пресс-службы с целевой аудиторией.

Мероприятие 1. Оптимизация структуры пресс-службы городской думы г. Дзержинска и внедрение новых должностей (PR-менеджеров).

Мероприятие 2. Внедрение новых современных способов взаимодействия с целевой аудиторией пресс-службы городской Думы.

Предлагаются: оптимизация веб-сайта городской Думы г. Дзержинска, персонализированная информационная рассылка СМИ о деятельности городской Думы, использование электронной почты, организация онлайн-интервью, создание и публикация информационных бюллетеней, освещающих деятельность городской Думы, создание и публикация анонсов мероприятий, проводимых Думой, создание фотоархивов, видеоархивов о деятельности органа власти, публикация пресс-релизов на официальном сайте городской Думы, установление обратной связи с целевыми аудиториями.

Мероприятие 3. Формирование положительного имиджа и репутации регионального органа власти – городской Думы средствами и методами PR.

- формирование функционального элемента имиджа: организация информационных мероприятий – конференций и брифингов, где представители городской Думы г. Дзержинска смогут обоснованно показать, что выполняют поставленные функции; публикации в средствах массовой информации отчетов о деятельности городской Думы; проведение пресс-мероприятий, в ходе которых представители городской Думы могут заявить свою позицию по актуальным для общества вопросам.

- формирование интерактивного элемента имиджа городской Думы будет реализовано при помощи: организации встреч пресс-службы и депутатов с жителями Дзержинска, организации встреч с представителями общественных движений, политических партий и коммерческих организаций.

- формирование личностного элемента имиджа будет осуществлено при помощи методов PR: постоянный опрос представителей целевых аудиторий об имидже Председателя городской Думы; конструирование наиболее позитивного имиджа Председателя Думы в средствах массовой информации, привлечение внимания в публикациях на те черты Председателя, которые могут быть привлекательны для большей части целевой аудитории; демонстрация в различных публикациях и на различных мероприятиях компетентности Председателя городской Думы, глубины понимания и знания руководителем основных проблем города и нацеленности на решение выявленных проблем.

- формирование внешнего имиджа городской Думы г. Дзержинска будет осуществляться при помощи способов воздействия на целевую аудиторию: формирование наиболее позитивного внешнего вида Председателя и депутатов городской Думы для соответствия ожиданиями целевых аудиторий; использование официальной атрибутики (герба г. Дзержинска) и единого стиля на всех официальных документах, публикуемых городской Думой.

Этап 6. Формирование бюджета PR-программы. Всего на реализацию долгосрочной PR-программы по формированию положительного имиджа и репутации городской Думы потребуются затрат в размере 1 209,0 тыс. руб.

Этап 7. Назначение лиц, ответственных за контроль результатов PR-программы и оценка эффективности PR-программы.

Ответственными лицами за проведение назначаются: руководитель пресс-службы, пресс-секретарь, работники пресс-центра, PR-менеджеры.

Контроль за эффективностью долгосрочной PR-программы по формированию положительного имиджа и репутации городской Думы г. Дзержинска и оценку эффективности будет проводить непосредственно руководитель Аппарата городской Думы города Дзержинска.

Для оценки эффективности PR-программы предлагается применить методику экспертного опроса. В качестве экспертов предлагается выбрать:

1. Руководитель Аппарата городской Думы г. Дзержинска.
2. Начальник правового управления городской Думы г. Дзержинска.
3. Начальник управления по взаимодействию с органами государственной власти, общественностью и СМИ.

По предложенной методике оценку от 30 до 50 баллов можно считать отрицательным показателем, в данном случае PR-программа будет считаться не реализованной и неэффективной для городской Думы, оценку от 50 до 70 баллов можно считать средним показателем, PR-программа будет считаться частичной реализованной и достаточно эффективной для городской Думы. При этом оценку от 70 до 90 баллов можно считать высоким показателем, и в PR-программа будет считаться полностью реализованной и эффективной.

Список используемой литературы

Нормативно-правовые акты

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 года №38-ФЗ (в ред. от 01.05.2019 №100-ФЗ) // Собрание законодательств РФ, 06.05.2019, №19. Ст.2224.
2. Закон РФ «О средствах массовой информации» (в ред. от 18.04.2018 №83-ФЗ) // Собрание законодательств РФ, 23.04.2018, №17. Ст.2432.
3. Устав городского округа город Дзержинск Нижегородской области от 26 декабря 2005 г. N 34 //зарегистрирован Главным управлением Министерства юстиции Российской Федерации по Приволжскому федеральному округу 30 января 2006 г. N ru523020002006001

Учебно-методическая литература

4. Абрамов Р. Н. Связи с общественностью / Р.Н. Абрамов, Э.В. Кондратьев. – М.: КноРус, 2015. – 272 с.
5. Алексунин В.А., Дубаневич Е.В., Скляр Е.Н. Маркетинговые коммуникации. Практикум. – М.: Дашков и К, 2018. 196 с.
6. Алексеева Е.А. Известные пресс-секретари. – М.: Персонал–Сервис, 2013. – 144 с.
7. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров: учебное пособие. – М.: ИКФ Экмос, 2016. – 299 с.
8. Архипова Н.И., Кульба В.В., Косяченко С.А, Чанхиева Ф.Ю. Исследование системы управления. Методы управления. Расчет эффективности. Проектирование и развитие. – М.: «Приор», 2015. – 384 с.
9. Василенко И.В. Связь с общественностью в государственных и местных органах власти: учебное пособие. – М.: Международные отношения, 2016. – 445 с.

10. Васильева М.М. Связи с общественностью в органах власти. Учебник для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2017. – 838 с.
11. Горчакова В. Г. Имиджелогия. Теория и практика. – М.: Юнити-Дана, 2018. – 336 с.
12. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба / Учебник – М.: КноРус, 2015. – 224 с.
13. Вылегжанин Д.А. Теория и практика паблик рилейшнз: учебное пособие. – 2-е изд., испр. – М.: Флинта: МПСИ, 2014. – 376 с.
14. Глазунова Н.И. Государственное (административное) управление: учебник. – М.: Проспект, 2015. – 556 с.
15. Гнетнёв А.И. Филь М.С. Современная пресс-служба. Учебник – Ростов - на-Дону: Феникс, 2016. – 414 с.
16. Калиберда, Е. Связи с общественностью. Вводный курс. - Москва: РГГУ, 2016. – 120 с.
17. Китчен Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика. – М.: «Юнити-Дана», 2014. – 454 с.
18. Комаровский В.С. Государственная служба и средства массовой информации (Курс лекций). – М.: Норма, 2017. – 132 с.
19. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью: учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С.Д. Резника. – Изд. 5-е, испр. и доп. – М.: Академический Проект, 2015. – 510 с.
20. Кочеткова А.В. Тарасов А.С. Современная пресс-служба – М.: Эксмо, 2015. – 272 с.
21. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью. Теория и технологии. – М.: Аспект пресс, 2016. – 302 с.
22. Ольшанский Д.А. Политический PR. – СПб.: Питер, 2016. – 544 с.
23. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз от бизнеса до политики. – М. Финпресс, 2016. – 368 с.
24. Почепцов Г.Г. PR для профессионалов: учебное пособие. – М.: Рефл-бук: Ваклер, 2015. – 347 с.

25. Ротанова М.Б. Современная пресс-служба: учебное пособие. – Нижний Новгород. 2013. – 112 с.
26. Русаков А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2016. – 224 с.
27. Санаев А. Русский PR в бизнесе и политике. – М.: Ось-89, 2014. – 240 с.
28. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. В.С. Комаровского. – М.: Изд-во РАГС, 2015. – 520 с.
29. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 414 с.
30. Таиров А.И. Особенности методов работы государственных служб по связям с общественностью. – М., 2016. – 428 с.
31. Татаринова Г.Н. Современная пресс-служба: учебное пособие / Г.Н. Татаринова. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2017. – 79 с.
32. Чилдерс Х.Л., Грунинг Дж. Руководящие принципы для измерения взаимоотношений в области связей с общественностью. – М.: Институт связей с общественностью, 2015. – 325 с.
33. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2016. – 552 с.

Статьи, монографии

34. Викулова С.К. Социально-технологический подход к работе с населением в режиме местного самоуправления // Знание. Понимание. Умение, 2015, №2. С. 120-124.
35. Герасимова Г.С. Связи с общественностью как социальный механизм взаимодействия власти и общества // Власть, №9, 2017. С. 34-37.
36. Громова Т.Н. Государственная коммуникация: теоретическая модель и региональная практика // Сб. науч. тр. «Теория коммуникации и прикладная коммуникация». Вестник Российской коммуникативной ассоциации. 2015. Выпуск 1 / Под ред. И.Н. Розиной. – Ростов н/Д: ИУБиП, 2015. С. 43-52.

37. Кочеткова А.В. PR-планирование в государственной сфере // Пресс-служба, 2017, №8. С. 40-48.
38. Латыпов Р. Кадровый PR как политическая технология // Государственная служба, 2018, № 6 (62). С. 24-29.
39. Магомедов К.В. Эффективность системы власти. Социологический ракурс // Государственная служба, 2017, № 2 (58). С.11-15.
40. Рекомендации по повышению эффективности работы с обращениями граждан // Информационно-методический сборник «Опыт», 2016, № 64, С. 82-84.
41. Склифус С.В. Теоретический аспект изучения процесса легитимации государственной власти в Российской Федерации на современном этапе развития // Ленинградский юридический журнал, 2015. № 3. С. 197-198.

Интернет-источники

42. Шебуняев А. ПР-подразделение в органах государственного управления // URL: http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib/PR_Rabots.shtml/PRGovOrg.doc (дата обращения 29.03.2019).
43. Шугрина Е. С. Контроль за осуществлением органами местного самоуправления отдельных государственных полномочий // URL: <http://www.alldocs.ru/zakons/index.php> (дата обращения 26.03.2019).
44. PR: Современные технологии: Учебное пособие / Под ред. Л.В. Володиной. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2015. – 263 с.
45. Функции пресс-секретаря // Журнал-альманах «Пресс-секретарь» // URL: <http://www.almanahi.ru/pr/presssekretar/> (дата обращения 11.04.2019).
46. Городская Дума г. Дзержинска Нижегородской области (официальный сайт) // <http://www.dumadzr.ru/> (дата обращения 10.03.2019).

Информационный бюллетень
городской Думы г. Дзержинска
№ 22 от 2 июля 2019 г.

Официальное издание Пресс-службы городской Думы г. Дзержинска

Учредитель
Отдел по информационному
обеспечению и взаимодействию со
СМИ
Городской Думы г. Дзержинска

Редакция
Управление информации – пресс-
служба
Городской Думы г. Дзержинска
606 000, г. Дзержинск,
ул. Кирова, д.1
<http://www.dumadzr.ru/>

Главный редактор
«Информационного бюллетеня
«Городская Дума г. Дзержинска -
Галина Александровна Катявина
Телефон (8113) 25-12-02,
press@dumadzr.ru

Издатель
Информационно-издательский
и рекламный центр
городской Думы г. Дзержинска

Анонсы событий сентябрь 2019 года

2 сентября 2019 года, понедельник

14.00 Открытие выставки работ учащихся школы-интерната для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей с ограниченными возможностями здоровья «Мы – это больше чем ты и я» (г. Дзержинск, ул. Чапаева, дом 64).

Справки по телефону (8313) 25-12-02

4 сентября 2019 года, среда

14.00 – 15.00 Горячая телефонная линия (8313) 25-12-02 с главой Комитета по строительству, архитектуре и землепользованию, Шахунц Ю.В. по общим вопросам.

Справки по телефону (8313) 26-99-29

9 сентября 2019 года, понедельник

15.00 Городская волонтерская акция «Нам не все равно», посвященная детскому творчеству (Дворец детского творчества, г. Дзержинск, пл. Ленина, д.1).

Справки по телефону (8313) 26-120-27

12 сентября 2019 года, четверг

16.00 Пресс-показ выставки «Территория творчества» в Дзержинском краеведческом музее (г. Дзержинск, пр. Дзержинского, д. 8/5).

Справки и аккредитация по телефону (8313) 26-08-54

17 сентября 2019 года, вторник

17.00 Горячая телефонная линия (8313-25-12-02) с председателем Комитета по социальным вопросам, образованию, культуре, физкультуры и спорту Кемайкиной Л.В.

Справки по телефону (8313) 26-99-29

20 сентября 2019 года, пятница

18.30 Открытие фестиваля немецкого кино (торгово-развлекательный комплекс «Рояль») (г. Дзержинск, ул. Петрищева, д. 4)

Справки по телефону 8 (8313) 23-85-09

23 сентября 2019 года, понедельник

19.00 Презентация книг современных отечественных писателей в стиле фэнтези (здание библиотеки, г. Дзержинск, пр. Циолковского, д. 21Г).

Справки по телефону (8313) 25-12-02

25 сентября 2019 года, среда

11.00 - 18.00 Ярмарка вакансий рабочих и учебных мест «Труд и занятость» (в здании городской Думы, г. Дзержинск, ул. Кирова, д.1).

Справки по телефону (8313) 25-12-02

25 сентября 2019 года, среда

15.00 Прием жителей города Дзержинска председателем Комитета по делам молодежи, науки и связям со СМИ (здание городской Думы, г. Дзержинск, ул. Кирова, д.1

Справки по телефону (8313) 26-99-29

27 сентября 2019 года, пятница

18.00 «Круглый стол» «Многонациональная семья» (место проведения торгово-развлекательный комплекс «Рояль», г. Дзержинск, пр. Циолковского, д. 21Г.

Справки по телефону (8313) 25-12-02