

Руф Наталья Александровна

студентка

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга

и социально-информационных технологий – ИМСИТ»

г. Краснодар, Краснодарский край

МЕСТО СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ

Аннотация: в статье анализируются различные подходы в организации служб по связям с общественностью в органах государственной власти. Подчеркивается значительная роль этих служб не только в информировании общества, но и в стимулировании различных слоев населения в деятельном участии в решении общенациональных и местных проблем.

Ключевые слова: органы власти, связи с общественностью.

PR-деятельность присутствует в различных структурах всех ветвей власти. Если в своей организации руководитель понимает значение института связей с общественностью, то место связей с общественностью определено четко и понятно, если же нет, то возможны другие различные варианты.

Некоторые руководители в своей организации не всегда могут понять, как поставить перед работниками четкие цели и задачи, как разделить различные функции связей с общественностью, причем наиболее часто это встречается на муниципальных и региональных уровнях. Некоторые руководители считают, что сами могут осуществлять PR-деятельность. Благодаря такому подходу они изменяют нормальный процесс реализации этой деятельности, заменяя профессиональных специалистов или ставя их в совершенно ненормальное положение.

В госструктурах существует три варианта места института связей с общественностью структурном подразделении конкретного государственного учреждения. При первом варианте подразделение по связям с общественностью вместе с руководителем входит в состав организации или подчиняется ее первому лицу. Преимущества этого варианта налицо. Входя в руководящий состав организа-

ции, руководитель подразделения по связям с общественностью владеет достаточно большой информацией о положении дел в организации, о будничной деятельности, стратегии по улучшению развития, о проблемах и т.д. [1, с. 13].

Имея такую информацию можно одновременно и грамотно осуществлять свои рабочие обязанности, и правильно распределить силы и средства для выполнения поставленных задач и четко спланировать свою деятельность на перспективу. Принадлежность к руководящему центру обеспечивает подразделение по связям с общественностью необходимыми документами, надлежащими источниками информации в организации. Это позволяет овладеть нужными сведениями, в частности быстрее осуществлять важное согласование, координацию своих действий и организации с внешними субъектами (например, СМИ), в случае важности определять параметры конфиденциальности информации и использовать это профессионально в своей работе. Важную роль имеют профессиональные и характерные качества руководителя организации или специалиста по связям с общественностью.

Как правило, в действительности в большинстве государственных учреждений право на публичные высказывания, а также отклики и комментарии на информационные темы о деятельности или компетенции данной государственной структуры имеют обычно два человека. Это непосредственный руководитель (или его ИО), и специалист по связям с общественностью (обычно им является руководитель данной службы).

Представители по связям с общественностью несут ответственность о достоверности информации, ее доходчивости и грамотности. Они обязаны быть компетентными в специфике деятельности в своей организации, должны иметь необходимые сведения по информационному запросу, анализировать их, отбирать более ценные с точки зрения интересов организации, доступно донести сведения для аудитории [2, с. 17].

Могут возникнуть обстоятельства, когда руководство организации отсутствует. В такой момент при возникшем информационном поводе лишь профес-

сионализм представителя по связям с общественностью позволяет ему оперативно изложить позицию организации по данному вопросу, минуя консультации с руководством. Он должен знать образ мысли и руководителя, его точку зрения на те, или иные вопросы и процессы, чтобы его позиция не отличалась от мнения руководителя. Вследствие этого существует необходимый симбиоз взглядов руководителя и представителя по связям с общественностью. Это очень важно, так как повышает статус связей с общественностью в организации, а так же повышает уровень доверия к их профессионализму.

Первый вариант имеет недостатки, которые связаны с тем, что государственные органы власти являются бюрократическими учреждениями:

Один из них – недостаточная эффективность ведения внутрикорпоративной работы с персоналом, формализм при решении многих вопросов. Дело в том, что принадлежность подразделения по связям с общественностью к высшей ступени в иерархии государственных структур создает психологический барьер между руководством и подчиненными. Вследствие этого снижается степень доверительности отношений при внутрикорпоративной работе.

Другой недостаток – зависимость от руководства организации, когда приходится мириться с капризами руководителей, его стилем руководства, привычками и чертами характера. Как правило, на практике карьера руководителя по связям с общественностью напрямую зависит от карьеры руководителя организации. То есть, при переходе руководителя в другую организацию, как правило, он берет с собой своего специалиста по связям с общественностью. Это обычная практика в реальной жизни. В свою очередь, как правило, при увольнении руководителя или снятия его с должности то же самое ожидает и его представителя по связям с общественностью, его профессионализм и авторитет не имеет значения. Новый руководитель, как правило, приходит со своей «командой».

Второй вариант – отдел по связям с общественностью есть равнозначная структура в организации по положению в иерархии, подчиняется непосредственно руководителю. Данный вариант в какой-то степени снижает доступ к

информации, но преимущество его все равно ощутимы, так как повышает степень доверительности с коллегами [3, с. 63]

Третий вариант – отдел по связям лишен самостоятельности. Понятно, что в данном варианте преимущества отсутствуют, предельно снижается инициативность и креативность PR-деятельности. Доступ к руководящим лицам организации оказывается практически невозможно. Моменты согласования зачастую ведут к конфликтам и снижению самого статуса PR-деятельности.

В настоящее время этот вариант встречается все реже, так как нынешние руководители в полной мере осознают всю важность и большое значение связей с общественностью и стремятся создавать на местах все необходимые условия для их успешного функционирования и работы.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что органы государственной власти предназначены не только для информирования общества. Это также и средство воспитания основных слоев населения с тем, чтобы стимулировать их деятельности и продуктивному участию в решении общенациональных вопросах и проблем местного значения.

Связи с общественностью становятся важнейшим компонентом управления вообще, и административного управления, в частности [4, с. 85] Для повышения качества и доступности государственных услуг, повышения эффективности деятельности органов власти в последнее время стали внедряться стандарты государственных услуг, повышаться эффективности взаимодействия органов исполнительной власти и гражданского общества [5, с. 91]. Службы связей с общественностью создают условия для принятия оптимальных управленческих решений, способствуют сотрудничеству власти и общественности, развитию гражданского сознания, могут брать на себя упреждающую программу разрешения конфликтных ситуаций, во многих случаях оказываются способными активно влиять на реализацию принятых решений.

Список литературы

1. Санаев А.Н. Выборы в России: Как это делается? – М.: Ось-89, 2013. – 240 с.

2. Русаков А.И. Связи с общественностью в органах государственной власти. – СПб.: Издат. Михайлова В.А., 20015. – 435 с.
3. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: Дело, 2014. – 551 с.
4. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. – М.: Дело, 2014 – 272 с.
5. Степанова Л.Г. История государственного управления в России: учебное пособие для студентов направления подготовки бакалавриата 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление». – Краснодар: Издательский Дом – Юг, 2015. – 160 с.