

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**УЗБЕКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ**

Факультет международной журналистики

Кафедра «Аудиовизуальная журналистика и массовые коммуникации»

Выпускная квалификационная работа

на тему:

**Особенности функционирования пресс-служб
государственных органов**

**(на примере пресс-службы Государственного таможенного комитета РУз,
информационных служб хокимиятов Джизакской области и г. Намангана)**

**Выполнила: Шомуродова Гульрух
Научный руководитель: доц. Исмаилова К.Ф.**

Ташкент- 2014

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕСС-СЛУЖБ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ	
1.1. Специфика пресс-служб госорганов, их функции.....	8
1.2. Особенности организации внешнего и внутреннего PR.....	16
1.3. Технологии коммуникации, способы и основные правила общения с гражданами и журналистами.....	25
ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ ПРЕСС-СЛУЖБ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ	
2.1 Структуры пресс-служб государственных органов Республики Узбекистан.....	36
2.2 Опыт работы отечественных информационных служб органов государственного управления с населением и СМИ.....	46
2.3 Роль новых информационных технологий в деятельности пресс-служб государственных органов Узбекистана.....	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	67
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	71

ВВЕДЕНИЕ

Функция управления связями с общественностью является неотъемлемым атрибутом успешной деятельности органов государственной власти. Именно пресс-служба выполняет инфраструктурную роль успешной организации государственного управления, способствует оптимизации механизма принятия планово-управленческих и политических решений.

С конца 90-х годов XX века в Узбекистане наблюдалось медленное, а с начала XXI века – быстрое развитие различных подразделений публичных отношений в государственных органах власти. В республике сегодня практически каждый государственный орган управления имеет свою службу связей с общественностью, пресс-службу, пресс-секретаря или ответственных за эту функцию. Рост числа PR-служб в Узбекистане вполне закономерен, поскольку связи с общественностью призваны выполнять объективную и необходимую для общества функцию – служить механизмом коммуникативного взаимодействия между общественностью и государством. Это подчеркнул глава государства в своем докладе на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан, состоявшемся 12 ноября 2010 года: «Обеспечение свободы и прав граждан в информационной сфере, включающих в себя такие составляющие, как свобода и реализация прав на получение, распространение информации и собственных идей, является краеугольным камнем основ построения демократического общества в Узбекистане»¹. Актуализации роли пресс-служб в структуре государственного управления способствовал и законопроект «Об открытости деятельности органов государственной власти и управления», в

¹ Доклад Президента Республики Узбекистан Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан от 12.11.2010г.

котором подчеркивается, что прозрачность, открытость деятельности органов исполнительной власти² обеспечивается пресс-службами государственных органов с учетом многообразия мнений о событиях, происходящих в районах, городах, областях республики.

Опираясь на связи с общественностью, органы власти более эффективно используют коммуникативную и информационную возможность за счет своевременного мониторинга общественного мнения и конструктивной корректировки обратной связи с населением.

Но как показывает практика, не везде на местах деятельность отделов связей с общественностью понятна и открыта для всех граждан, не везде пресс-службы служат целям создания доверия и сотрудничества между государственными органами управления и гражданами. Пресс-службы не используют пока в полной мере всех творческих возможностей и организационных ресурсов для выстраивания открытых отношений власти и общества в качестве равноценных участников гражданского диалога в реальном пространстве. Еще имеют место случаи аккредитации на официальные мероприятия лишь лояльных власти журналистов, сокрытие от прессы острых тем, цензуре ежедневной подборки новостей для государственного чиновника и т. д. Разница между реальным положением дел и идеальной картиной, которую пресс-служба порой рисует чиновнику, лишь усиливает противоречия между властью и обществом.

Данная проблема ставит перед нами задачу предметного исследования пресс-службы, как канала, позволяющего субъекту информирования осуществлять взаимодействие с внешним миром, функциональных особенностей этой структуры с точки зрения профессиональной и общественной значимости.

² Проект Закона «Об открытости деятельности органов государственной власти и управления»// http://www.norma.uz/publish/doc/text81222_zakon_respubliki_uzbekistan1

Развитие деятельности пресс-служб государственных органов требует сегодня пересмотра сложившихся подходов к организации и управлению этими структурами. Здесь очень важна разработка должностных инструкций каждого сотрудника пресс-службы с четким разграничением его обязанностей и обязанностей пресс-секретаря. Не менее важным являются разработка и применение оптимальных методов работы со СМИ и общественностью, анализ показателей оценки деятельности пресс-службы.

Теоретико-методологическая база исследования. В процессе работы автор опирался главным образом на труды зарубежных исследователей С.М. Катлина, А.Х.Сентера, Г.М. Брума, А.Н. Чумикова, М.П. Бочарова, Д.А. Вылегжанина, посвященных теории и практике паблик рилейшнз в целом³. При разработке темы автор также обращался к исследованиям Г.В.Атаманчука, А.Кочетковой, А.Ю.Русакова в области функционирования российских пресс-служб в структуре государственного управления⁴.

Весомый вклад в разработку темы данного исследования оказали работы ученых и практиков Узбекистана Ф.А.Муминова, Н.Касимовой, Г.Бабаджановой, Л.Исламовой, О.Усарова⁵.

Научная новизна и практическая значимость. Современный период в Узбекистане стал временем активного развития рыночной экономики и правового государства. И то, и другое, вживаясь в наш менталитет, потребовало новых отношений как между людьми в обществе, так и между государством и обществом. Эти отношения обусловили необходимость подготовки грамотных

³ Катлин С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика. М.: Вильямс, 2001; Чумиков, А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2006; Вылегжанин, Д.А. Теория и практика паблик рилейшнз: учебн. пособие. – М.: Флинта: МПСИ, 2008.

⁴ Атаманчук, Г.В. Теория государственного управления. – М.: Омега-Л, 2004; Кочеткова А. PR-планирование в государственной сфере // Пресс-служба. – 2007. – №8; Русаков. А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.

⁵ Муминов Ф.А., Косимова Н., Бабаджанова Г., Исламова Л. Эффективная коммуникация с общественностью. Практическое пособие для информационных служб. Т. 2013; Усаров О. Давлат хокимияти органларида журналистларни аккредитация қилиш: мажбуриятми еки зарурият. Т. 2014.

посредников, специалистов пресс-служб, а также широкого информирования общественности о содержании и технологиях их деятельности. Автор данной выпускной квалификационной работы, путем тщательного изучения роли пресс-служб, PR-технологий в государственном управлении Узбекистана, стремился внести свой вклад в научные исследования по этой теме, впервые обобщив опыт пресс-службы такой крупнейшей государственной организации как Государственный Таможенный комитет Республики Узбекистан, информационных служб хокимиятов Джизакской области и г. Намангана. Надеюсь, что обобщение данного опыта даст возможность предложить в полной мере современные способы и средства эффективной организации и осуществления ежедневной деятельности по обеспечению коммуникации с общественностью. А также позволит расширить возможности для доступа граждан к информации о деятельности органов государственного управления и власти на местах.

Цель данной работы – анализ специфики деятельности пресс-служб в органах государственной власти на современном этапе.

Задачи:

- определить место и роль пресс-служб в структурах органов государственной власти;
- сформулировать основные цели и функции пресс-службы в целом, и пресс-секретаря, как главы подразделения;
- раскрыть особенности методов, используемых отделами по связям с общественностью государственных органов;
- проанализировать способы и основные правила общения с гражданами и журналистами;
- изучить структуру пресс-служб госорганов на республиканском, областном и муниципальном уровнях;

- обобщить опыт работы пресс-служб органов власти Республики Узбекистан с общественностью и СМИ;
- исследовать практику использования новых информационных технологий в деятельности пресс-служб государственных органов;
- разработать рекомендации по оптимизации деятельности пресс- служб государственных органов Республики Узбекистан

Объектом данного исследования является PR-деятельность в органах государственного управления.

Предмет исследования – выявление особенностей функционирования служб связей с общественностью в органах государственного управления.

Структура работы: введение, две главы (по три параграфа каждая), заключение, список использованной литературы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕСС-СЛУЖБ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ

1.1. Специфика пресс-служб госорганов, их функции.

Правовое демократическое государство должно постоянно поддерживать отношения с общественностью на основе взаимопонимания и обмена информацией по всем аспектам жизни общества. Поэтому главная цель служб по связям с общественностью в органах власти – наладить механизм использования коммуникативного потенциала как ресурса проведения государственной политики. Коммуникационные возможности государственной власти заключаются не только в наличии эффективных информационных каналов, но и в способности общаться с населением, объяснять обществу свои решения, слышать запросы различных социальных групп.

Органы государственной власти – это не только средство информирования общества, но и воспитания основных слоев населения с целью стимулирования к деятельному и продуктивному участию в решении проблем локального и общенационального масштаба.

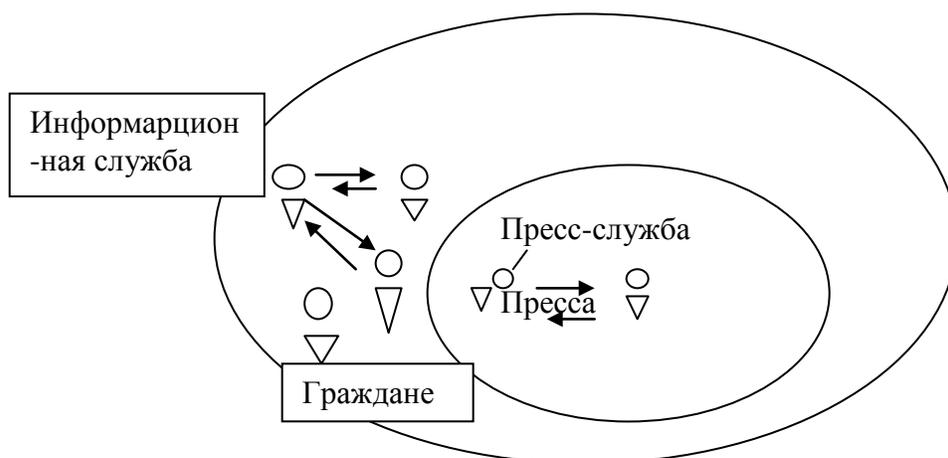
Прежде чем перейти к рассмотрению специфики пресс-служб государственных органов, определимся с понятиями «пресс-служба», «отдел по связям с общественностью» и «информационная служба».

Связи с общественностью в системе государственного управления – это целенаправленное взаимодействие структур аппарата государственных органов с гражданами и общественными институтами, которое можно определить как реализуемую ими информационно-коммуникативную функцию публичной власти и управления, позволяющую оценивать отношения различных кругов общественности к тем или иным решениям и действиям, идентифицировать

провозглашаемую и реально проводимую политику, соотносить реализуемые программы с общественными интересами, формировать массовые представления по каким-либо проблемам для обретения общественного понимания, поддержки принятия и выполнения, соответствующих мер⁶.

В Узбекистане с принятием постановления Кабинета Министров Республики Узбекистан от 22 сентября 2006 года «О мерах по развитию связей с общественностью органов государственного и хозяйственного управления» за пресс-службами хокимиятов закрепилось название «Информационная служба»⁷.

Различия между информационной службой и пресс-службой представлены на следующем рисунке.



Информационная служба (ИС) – это структурное подразделение аппарата местного органа исполнительной власти, находящееся в непосредственном подчинении его руководителя. Организация работы информационной службы напрямую зависит от того, в каком секторе она будет работать⁸.

⁶ Государственное управление: основы теории и организации : учебник : в 2т. – т.1 /Под общ. ред. В.А. Козбаненко. – 2-е изд., с изм. и доп. – М. : Статут, 2002. – С.171

⁷ Постановление Кабинета Министров «О мерах по развитию связей с общественностью органов государственного и хозяйственного управления» от 22.09.2006 г. N 203

⁸ Косимова Н., Бабаджанова Г., Исламова Л. Эффективная коммуникация с общественностью. Практическое пособие для информационных служб. Т. 2013. - С. 10

Таким образом, в данной работе отделы по связям с общественностью хокимиятов мы будем называть «информационные службы», а подразделения паблик рилейшнз остальных госорганов – «пресс-службы».

Сразу же обозначим различия между пресс-службами госорганов и отделами по связям с общественностью в коммерческих структурах. Организация работы пресс-служб в государственных структурах отличается от организации работы этих подразделений в коммерческих и социальных отраслях тем, что, во-первых, организация ее работы строится в зависимости от стратегических целей, задач и функций госоргана, интересы которого она представляет, во-вторых, тем, что она не может быть автономным объектом, оторванным от деятельности государственного органа, в структуре которого она функционирует. Это означает, что все, что сообщает информационная служба хокимията, например, должно утверждаться руководством аппарата хокимията области (района, города)⁹.

Отличия пресс-служб государственного управления от подобных структур коммерческого менеджмента можно провести также по пяти основаниям: по целям, ресурсам, ответственности, мотивам, окружению.

Различия по целям. Цели пресс-службы государственного управления многообразны, чаще всего носят неэкономический и обобщенный характер, а для коммерческого отдела по связям с общественностью характерно способствовать достижению главной цели организации - прибыли.

Различия по ресурсам. Отношения в коммерческой сфере строятся на договорной основе, в качестве основополагающего фактора выступают финансовые возможности предприятия, что позволяет им использовать и инструменты рекламы для достижения поставленных целей. Государственные органы обладают большими информационными ресурсами, а в отношении

⁹ Косимова Н., Бабаджанова Г., Исламова Л. Эффективная коммуникация с общественностью. Практическое пособие для информационных служб. Т. 2013. - С. 10

финансовых, человеческих, технических часто возникают проблемы из-за их недостаточности. Но государственные органы, взаимодействуя с общественностью, могут воспользоваться принудительными рычагами.

Различия по ответственности. Ответственность в коммерческой сфере связана с внутренней составляющей компании - непродуманная ПР - кампания может привести к разорению. В государственном секторе ответственность носит внешний характер, то есть государство в своих действиях и решениях ответственно перед обществом, что с одной стороны, говорит о более размытых требованиях, но с другой стороны, эту размытость компенсирует необходимость следовать закону, который более тщательно регулирует государственную сферу, чем коммерческую.

Различия в мотивах. В государственных организациях основным финансовым источником выступает государственный бюджет, поэтому информационная политика ориентирована, прежде всего, на аудиторию, занимающуюся распределением средств, а побудительным мотивом является желание улучшить отношения с источником средств и получить дополнительные фонды. Другой мотив состоит в том, чтобы обоснованно распределить бюджетные средства, выделенные на PR - мероприятие, так как денежные потоки слишком контролируются. В коммерческих организациях в качестве мотива выступает предпринимательский успех.

Различия в окружении. Для государственного управления характерен особый стиль отношений с общественностью и средствами массовой информации, определяемый обоснованным стремлением общественности знать о решениях, предпринимаемых органами власти в целях прогресса и развития общества. Для специалистов по связям с общественностью коммерческого сектора больше привлекателен

принцип «рыночного» привлечения представителей СМИ и общественности к своим пиар-мероприятиям: фуршеты, брендовые презенты и т.д.

Такова специфика пресс-служб государственных органов. Теперь перейдем к рассмотрению их функций.

По мнению российского исследователя Г. В. Атаманчука «связи с общественностью как важный компонент государственной управленческой деятельности имеют четко очерченный комплекс функций»¹⁰. Исследователь отмечает, что выполняя функцию управления, пресс-службы включают в себя набор работ по обеспечению руководства государственных организаций информацией об общественном мнении, оказанию ему помощи по информационному обеспечению различных направлений государственной деятельности.

Второй по значению функцией государственной власти, как утверждает Г.В.Атаманчук, является сохранение в стране политической стабильности. Социально-политическую стабильность можно определить через понятие функциональности: социальная система тогда считается стабильной, когда взаимодействие её компонентов обеспечивает нормальное функционирование системы и приводит к ее воспроизводству. Таким образом, политическая стабильность представляет собой систему связей, в том числе общественных и информационных, между различными политическими субъектами, для которой характерны определенная целостность и способность эффективно реализовать возложенные на нее функции. Из данного определения ясно, что система общественных связей является определяющей для сохранения и поддержания политической стабильности в обществе¹¹.

Другой российский ученый А. Кочеткова считает, что важнейшим направлением деятельности пресс-служб в органах государственной власти

¹⁰ Атаманчук, Г.В. Теория государственного управления. – М.: Омега-Л, 2004. -С. 256

¹¹ Там же. С. 257

является информационное обеспечение работы судебной и правоохранительной систем. По ее мнению, власть в демократическом обществе должна отчитываться перед народом, а информационные действия должны предшествовать экономическим решениям, особенно если они напрямую затрагивают интересы большинства людей¹².

Не имея возможности в рамках данной работы рассмотреть все точки зрения на функции пресс-служб государственных органов, остановимся на классификации функций отделов по связям с общественностью, предложенной А.Ю. Русаковым и являющейся, на наш взгляд, наиболее полной и точной. Он выделяет следующие функции пресс служб госорганов:

- информационно-аналитическая функция направлена на выработку информационной политики по конкретным направлениям государственной деятельности, ее стратегии и тактики, фиксирующих движение событий по данным в динамике. Она включает тщательное изучение внешних и внутренних контрагентов, анализ конкретных ситуаций при осуществлении государственной политики, оценку общественного мнения, настроений, реакций населения, подготовку массива аналитических данных для принятия наиболее эффективных государственных решений;

- информационно-коммуникативная функция предусматривает продуцирование, тиражирование информации при выполнении информационной работы с населением, а также для поддержания социально-психологического климата внутри государственного учреждения, соблюдения служебной этики, фирменного стиля;

- консультативно-методическая функция заключается в консультациях по организации и налаживанию отношений с общественностью. В том числе и различных структур и подразделений органов государственной власти. Разработка

¹² Кочеткова А. PR-планирование в государственной сфере // Пресс-служба. – 2007. – №8.- С.42

концептуальных моделей сотрудничества и социального партнерства, программ и акций;

- организационно-правовая предполагает совокупные меры действия по подготовке и проведению активных акций, различного уровня деловых встреч, выставок, конференций с использованием СМИ, аудио- и видеотехники, правовое обеспечение деятельности пресс-службы¹³.

Говоря о месте службы по связям с общественностью в структуре органа власти, следует особо отметить, что во многом ее значимость зависит от позиции высшего руководства. Какие будут предоставлены полномочия, будут ли при принятии стратегических решений ориентироваться на это подразделение и учитывать результаты их деятельности зависит эффективность работы всей пресс-службы. И сегодня, когда уже есть опыт кадровых ошибок на разных уровнях власти, кандидатов на должность пресс-секретаря подбирают более тщательно, с учетом всех обстоятельств. Введение этой должности широко практикуется в органах власти. Однако существует множество вариантов «вписания» ее в структуру аппарата. Чаще всего пресс-секретарь первого лица имеет в подчинении аппарат специалистов, которые готовят тексты речей для руководителя органа власти (спичрайтеры), обеспечивают его контакты с журналистами. Пресс-секретарь повсюду сопровождает руководителя, может давать комментарии журналистам от его лица. Служба пресс-секретаря в таком случае является отдельным подразделением, работающим непосредственно с первым лицом. Иногда пресс-секретарь одновременно является руководителем всей пресс-службы органа власти и организует ее работу по всем направлениям. По мнению российского исследователя Татариновой Г.Н., обобщая деятельность пресс-

¹³ Русаков, А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.- С.18-19

секретаря, работающего в органах власти, можно выделить ряд его основных функций:

Внешняя: анализ служебной информации и донесение ее до СМИ . Пресс-секретарь выступает в роли «переводчика»: трудный для восприятия рядовым читателем язык документов он переводит на доступный, понятный всем. Это функция популяризации решений власти, требующая не только умения обращаться со словом, но и способности оценить значимость, важность для населения того или иного документа. Пресс-секретарь организует работу пресс-службы, обеспечивает отправку пресс-релизов. Его обязанностью является осуществлять взаимодействие с журналистами, а также организовывать мониторинг СМИ. Пресс-секретарь имеет право присутствовать на заседаниях, посещать проводимые мероприятия, запрашивать необходимые сведения. Пресс-секретарь часто выступает спичрайтером, готовит тексты выступлений или заявлений руководителя. Непосредственной обязанностью пресс-секретаря является организация и ведение пресс-конференций (брифингов) руководителя. «Доступ» журналистов к первому лицу – прямая прерогатива пресс-секретаря. Он регулирует встречи, интервью, их продолжительность и регулярность. Задача пресс-секретаря – создавать и поддерживать бесконфликтную, лучше дружескую атмосферу взаимоотношений между руководителем органа власти и СМИ. Здесь необходимы коммуникабельность, дипломатичность, гибкость.

Охранная: защита служебной информации, государственной тайны. Каждое ведомство, каждая властная структура имеет информацию, которая не может быть всеобщим достоянием. Хотя в отечественном законодательстве пока не проработаны должным образом вопросы охраны служебной тайны в органах власти, государственные интересы диктуют необходимость ограничения гласности по определенным вопросам. Пресса, особенно частная, коммерческая, в свою очередь стремится заполучить именно такую информацию. Пресс-секретарю

важно умело выстраивать отношения с журналистами, чтобы не создавать ощущения излишней закрытости власти, при этом защитить служебную информацию.

Внутренняя: сбор и анализ информации об освещении в СМИ деятельности органа власти, его руководителя. Исполнение внутренней функции требует определенного мужества, профессиональной честности и этики.

Таким образом, пресс-службы в органах государственной власти являются многофункциональной системой по организации и налаживанию отношений с общественностью, включающей в себя два аспекта. Во-первых, деятельность по связям с общественностью – это теоретическая работа с целью выработки рекомендаций для высшего руководящего звена. Во-вторых, деятельность пресс-служб включает в себя и практическую работу по оценке двустороннего потока информации с широким использованием финансовых и материально-технических средств, а также специальных форм и методов образовательно-воспитательного воздействия на массовое сознание и поведение людей, социальных групп, объединений и институтов.

1.2. Особенности организации внешнего и внутреннего PR

Выше мы рассмотрели актуальность создания информационных служб при органах государственного управления, обеспечивающих налаживание информационных потоков как внутри государственного органа (внутренний PR), так между госорганами и населением (внешний PR).

В пособии «Эффективная коммуникация с общественностью» узбекистанские исследователи, на примере анализа деятельности информационных служб хокимиятов, делают вывод о том, что внутреннее

направление деятельности пресс служб госорганов охватывает структурные его подразделения, различные отделы¹⁴.

Организация внутреннего PR – наиболее сложный участок работы пресс-службы государственного органа. PR-специалистам приходится сталкиваться с недоверием многих выборных представителей к профессионалам в области общественных связей, непонимание многими чиновниками значимости и функциональности пресс служб.

Другая важная причина, препятствующая организации эффективной работы пресс-служб государственных учреждений заключается в отсутствии корпоративного духа в коллективах госорганов, некой изолированности отделов. Известно, что деятельность госструктуры эффективна тогда, когда все ее служащие действуют как сплоченная команда¹⁵. Однако, проблема слабой организационной культуры актуальна для сегодняшних государственных органов. Приведем пример. В рамках проекта ПРООН «Поддержка местных органов власти: гражданское участие и партнерство» в июле –августе 2013г. был проведен мониторинг деятельности шести пилотных информационных служб хокимиятов Джизакской и Наманганской областей в целях совершенствования взаимодействия государственных органов с населением, субъектами предпринимательства и СМИ. В результате мониторинга было выявлено, что во всех шести информационных службах хокимиятов Джизакской и Наманганской областей в области «налаживания рабочих отношений и связей с другими подразделениями хокимията» получен результат «Работа не системная, только по возникновению поводов к обращению». А при изучении наличия «системы внутреннего контроля

¹⁴ Косимова Н., Бабаджанова Г., Исламова Л. Эффективная коммуникация с общественностью. Практическое пособие для информационных служб. Т. 2013. - С. 20

¹⁵ Шишкина, М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления : учебное пособие / СПб.: Изд-во Паллада-медиа, 2002. – С. 208

качества информационного продукта пресс – службы» обнаружено, что такая система отсутствует¹⁶.

Авторами многих монографий и учебных пособий подчеркивается, что в государственном управлении организационная культура интерпретируется в основном либо как совокупность идеальных представлений и ориентации на решение местных и государственных дел, либо как форма воплощенных в управленческой деятельности ценностей и установок. Она есть сложное многоуровневое, внутренне противоречивое социально-духовное явление, отражающее способность человека руководствоваться в рамках ведущих политических ценностей различными стандартами и традициями властно-управленческой деятельности. Содержание культуры государственного управления более полно раскрывается через ее социальную направленность, а также личную культуру и стиль руководства, что сказывается на морально-психологическом климате, условиях управленческого труда, взаимоотношениях между людьми¹⁷.

Главным механизмом воспроизводства и трансляции культуры в госорганах является человеческая индивидуальность лица, обладающего статусом государственного служащего (личность, прошедшая сложный путь социализации и занимающая должностное положение в иерархии власти, управлении). Существенно ценностное освоение традиций и самостоятельная переработка личностью госслужащего духовного богатства, культивируемого в данном обществе¹⁸.

¹⁶ Данные мониторинга, осуществленного в рамках проекта ПРООН ««Поддержка местных органов власти: гражданское участие и партнерство». Руководитель проекта: Д.Исроилов. Автор мониторинга – Е.Канаева.//Документ для служебного пользования

¹⁷ См., напр.: Государственное управление: основы теории и организации : учебник : в 2т. – т.1 / Под общ. ред. В.А. Козбаненко. – 2-е изд., с изм. и доп. – М. : Статут, 2002.- С.177

¹⁸ Комаровский В.С. Связи с общественностью в политике и государственном управлении – М. : Изд-во РАГС, 2001.- С. 59

Духовность, культура, интеллигентность должны быть качественными характеристиками профессионализма современных госслужащих, быть залогом достойного образа чиновника в глазах общественного мнения. Специфика каждой организации, учреждения и даже профессии, особенности возникающих в процессе той или иной профессиональной деятельности служебных ситуаций и традиционно складывающихся деловых отношений порождают свои, характерные именно для данной среды, нормы поведения. Они фиксируются в требованиях административной этики – совокупности правил и форм обхождения с людьми, позволяющих внешне выразить уважение к ним, способствующих установлению между руководителями и подчиненными атмосферы взаимного признания и понимания, уважения друг к другу¹⁹.

Таким образом, следует сделать вывод, что государственным органам власти требуются слаженные внутрикорпоративные усилия, то есть координация деятельности службы по связям с общественностью с деятельностью других структурных и функциональных подразделений как внутри одного госучреждения, так и между органом и подразделениями. Только в случае гармонизации внутренних и внешних характеристик можно добиться положительного результата.

Теперь обратимся к рассмотрению внешнего направления деятельности пресс-служб государственных органов (внешний PR). Согласно тому же пособию узбекистанских авторов внешнее направление охватывает граждан, СМИ, информационные службы общественных организаций, коммерческих организаций и других ведомств²⁰.

Пресс-службы призваны решать следующие внешние задачи:

¹⁹ Государственное управление: основы теории и организации : учебник : в 2т. – т.1 / Под общ. ред. В.А. Козбаненко. – 2-е изд., с изм. и доп. – М. : Статут, 2002.- С.177

²⁰ Косимова Н., Бабаджанова Г., Исламова Л. Эффективная коммуникация с общественностью. Практическое пособие для информационных служб. Т. 2013. - С. 20

- установление доверия между государственным учреждением и населением;
- организация взаимодействия государственной власти с различными политическими партиями и общественными движениями;
- вовлечение населения в управленческий процесс;
- изучение общественного мнения населения и доведение его до государственных органов;
- формирование позитивных массовых настроений и компетентного общественного мнения в социуме;
- предотвращение конфликтов;
- создание условий для социального партнерства;
- создание позитивного образа государственной власти²¹.

Многие авторы помимо выше перечисленных задач, добавляют также такие, как: формирование у населения чувства причастности к управлению территорией, корпоративного духа (поскольку должно сформироваться сообщество, имеющие интересы совместного проживания), гражданской позиции и функция организации межмуниципального сотрудничества²². Как полагают, специалисты, четких границ между перечисленными задачами не существует. Все направления деятельности и функции соответствующих отделов, служб, управлений государственных органов, занимающихся деятельностью в сфере общественных связей, тесно переплетаются друг с другом, вытекают одни из других и используются для повышения эффективности управления²³.

При осуществлении этих задач важно учитывать, что в основе связей с общественностью должны лежать диалог и партнерские отношения. Работа пресс-

²¹ Вилер. К. Без эффективной коммуникации нет эффективного управления. Отличительный облик и имидж местной администрации / Перевод с англ. – Обнинск : Институт муниципального управления. – 2002.- С.67

²² Юшина. Е.А. Муниципальное управление : учебник . – М. : ФГНУ Российский научный центр государственного и муниципального управления, 2003. – С. 165.

²³ Почепцов. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М. : Рефм–бук, К. : Ваклер. – 2001.-С.85

служб должна быть направлена на организацию деятельности госорганов и должностных госуправления таким образом, чтобы она была прозрачной, открытой для граждан и их объединений, обеспечивала сотрудничество, разъяснение мотивов принятия решений, доведение до общественности основных положений социальной и экономической политики, стратегического курса и так далее.

Практическими формами достижения данных целей являются:

- анализ общественной реакции на принятые решения либо решения, планируемые к принятию, а также на действия должностных лиц и органы государственного управления;

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

- ведение и разрешение дел по обращениям граждан в госорганы;

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

Конечно, деятельность служб по связям с общественностью не ограничивается только таким перечнем форм. В каждом государственном учреждении, исходя из его особенностей, должна формироваться собственная система связей с общественностью, структура органов, осуществляющих эти функции.

В зависимости от специфики госоргана в теории связей с общественностью выделяют несколько видов подразделений пресс-служб. Условно охарактеризуем три наиболее типичных модели.

Первая модель заключается в информировании общественности о деятельности органа власти. Этой задачей занимаются пресс-службы, отделы по связям со средствами массовой информации, политическими партиями и общественными организациями. Распространяемая этими подразделениями

информация носит односторонний характер, так как она дозируется с целью создания положительного образа при помощи пропагандистских методов. Ее еще называют «асимметричной», поскольку здесь не возникает должной обратной поступательной реакции общества. Односторонность информационного потока не позволяет в полной мере выполнять эту функцию и не оправдывает демократических ожиданий общества²⁴.

Вторая модель включает в себя использование не просто известных пропагандистских методов и приемов для распространения положительной информации о своей деятельности, но и специальных технологий, способных убеждать, причем, прежде всего ту часть общества, на которую ориентируются в данный момент и по данной проблеме. Эту модель называют «двусторонне асимметричной», так как во внимание принимается реакция стороны, на которую оказывается воздействие, но лишь постольку, поскольку это может быть выгодным или невыгодным для местных властей²⁵.

Третья модель предполагает не только регулярное информирование со стороны местных органов власти для улучшения взаимопонимания между ними и общественностью, но также служит для своевременного предотвращения конфликтных ситуаций и координации своей деятельности в соответствии с общественными интересами. Эту модель называют «двусторонне симметричной», так как в ней используются способы, позволяющие с большей степенью точности отвечать интересам демократического общества. Эта модель может считаться более этичной, ибо, когда власть не опасается обвинений в некомпетентности или неэффективности, когда власть устойчива, открыта для общественного диалога, тогда она, если не целиком оправдывает санкционированное выборами доверие

²⁴ Пашенцев. Е.Н. PR от бизнеса до политики /3–е изд., испр. и доп. – М. : Издательство "Финпресс", 2002. –С.57

²⁵ Комаровский. В.С. Управление общественными отношениями : учебник. – М.: Изд-во РАГС, 2003. – С56.

народа, то вполне может пользоваться им, опираться и рассчитывать на него. Это наиболее оптимальная, эффективная модель организации пресс-служб²⁶.

Оптимизация связей с общественностью и всеохватное проникновение управленческой культуры в среду госслужащих входят в число ключевых условий становления гражданского общества, взаимодействующего с правовым государством.

Сегодня еще имеют случаи карьерного типа служащего пресс-служб госоргана, когда выборный представитель рассматривает свое назначение лишь в качестве ступени для дальнейшего роста по политической и административной лестнице. Бюрократизм в принятии решений также является существенной преградой в развитии взаимодействия госорганов с населением. Инициативные предложения, исходящие от отдельных депутатов или жителей республики долго рассматриваются, бесконечно выносятся на голосование. Приведем пример. В рамках проекта ПРООН «Поддержка местных органов власти: гражданское участие и партнерство» в 2010г. было проведено социологическое исследование потенциала органов государственной власти на местах в пилотных регионах с целью изучения мнения основных потребителей информационных услуг (население, предприниматели и общественные объединения). Указанное исследование показало, что 20% опрошенных в Джизакской области и 38% в Наманганской области не вполне удовлетворены качеством и процедурами, которыми сопровождалось получение информационных материалов из хокимиятов. Значительная часть опрошенных (Джизак – 32%, Наманган – 42,9%) не получила ответа на поданные заявления. Более 80% опрошенных в пилотных регионах хотели бы получать информацию из одного источника, например, от информационной службы хокимията.

²⁶ Чумиков. А.Н. Связи с общественностью : учебное пособие / А.Н. Чумиков. – 3-е изд. – М. : Дело, 2001. – С.25

По данным социологического опроса, респонденты назвали следующие вопросы самыми актуальными, по которым они хотели бы получать информацию:

- решения местных органов власти, включая акты хокимов;
- деятельность банков и их услуг, кредиты, займы;
- местные налоги и налоговая отчетность;
- коммунальные услуги и тарифы;
- здравоохранение;
- социальная защита.
- образование²⁷.

Ниже приведена диаграмма, в которой отражен уровень неудовлетворенности респондентов Джизакской и Наманганской областей получением информации из хокимиятов²⁸.

внешнюю аудиторию – население республики, органы власти, общественные организации, государственные и коммерческие структуры.

Также автором данной выпускной работы было определено, что исходя из задач и принципов государственного управления, основными целями деятельности служб по связям с общественностью на уровне госорганов можно считать следующее. Во-первых, обеспечение гласности, открытости в работе государственных органов и должностных лиц; своевременное информирование населения. Во-вторых, это формирование благоприятного имиджа госорганов и должностных лиц, представляющих эти органы, в глазах общественности.

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

В данном разделе выпускной работы были изучены особенности организации внешнего и внутреннего PR в системе госорганов, определены требования, предъявляемые к специалистам пресс-служб.

Для более глубокого раскрытия изучаемой темы, необходимо проанализировать виды PR-технологий, применяемых пресс-службами госорганов.

1.3. Технологии коммуникации, способы и основные правила общения с гражданами и журналистами.

Как справедливо замечено в пособии «Эффективная коммуникация с общественностью»: «Взаимоотношения информационной службы (касается и пресс-служб _прим. автора) с журналистами, гражданами, государственными служащими - это основные составляющие, которые определяют успех или провал в ее работе»²⁹.

Поскольку основной функцией государственных органов является деятельность, направленная на создание благоприятных условий жизнедеятельности населения, а также удовлетворение общественных интересов и потребностей, госорганы и должностные лица, их представляющие, должны устанавливать стабильные позитивные взаимоотношения, прежде всего с населением, его группами. Для этого они должны использовать различные PR-технологии, эффективно применять PR-мероприятия.

Эффективность функционирования системы государственного управления, а также успешность экономических и социальных реформ в значительной мере зависят от тесного взаимодействия руководящего состава госоргана, руководителей его подразделений, с населением, поэтому информированность населения является одним из приоритетных направлений деятельности государственных органов власти. На практике используются различные методы информирования населения о деятельности госорганов власти.

При работе с населением сотрудники пресс-службы должны:

- своевременно информировать о направлениях деятельности госоргана, мероприятиях, принимаемых решениях, затрагивающих имущественные или другие, например, культурные или социальные интересы жителей региона;
- оперативно реагировать на устные и письменные жалобы и обращения граждан в пресс-службу;

²⁹ Косимова Н., Бабаджанова Г., Исламова Л. Эффективная коммуникация с общественностью. Практическое пособие для информационных служб. Т. 2013. - С. 31

- налаживать обратную связь с гражданами посредством «горячей линии», официального веб-сайта госоргана, социальных сетей.

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

Гранты из бюджета для третьего сектора. Сейчас стало привычной практикой финансовая поддержка общественных организаций за счет бюджетных средств. Так, конкурсы грантов для общественных организаций, в том числе и негосударственных СМИ, практикует Олий Мажлис Республики Узбекистан.

Проведение ярмарок, выставок, презентаций проектов общественных организаций. Такая работа общественности сегодня необходима для собственного развития, для отчета перед спонсорами и для приобретения новых контактов. При хорошей организации ярмарка проектов общественных объединений становится настоящим событием в жизни города. Это праздник энтузиастов и активистов, заражающий своей энергией. Но без помощи органов власти провести такое мероприятие сложно.

В городах, где такие ярмарки стали регулярными, проанализировали результаты и пришли к выводам, которые полезны для начинающих. Оптимально устраивать ярмарки, выставки совместных социальных проектов: общественность+бизнес+власть. В таком варианте больше активности и ответственности у представителей бизнеса и власти.

Массовые публичные кампании - одна из основных форм работы органов власти с населением. Массовая публичная кампания - это скоординированные,

целенаправленные публичные усилия с определенной целью, сопровождаемые модификацией поведения людей в нужном направлении.

По интенсивности и характеру проведения, с учетом целевой задачи массовые публичные кампании подразделяются на несколько видов.

Приведенная ниже классификация построена по принципу от более простых к более сложным и затратным типам кампаний.

1. Кампании по привлечению внимания общественности к явлению или событию. Характерный пример: открытие службы психологической помощи, телефона доверия для молодежи в системе городского здравоохранения. Важно обратить внимание населения на это событие, показать первые результаты работы службы.

2. Кампания по информированию общественности о какой-либо программе или новом законе. Процесс принятия бюджета - республиканского, регионального, городского - является серьезным поводом для информирования населения. В регионах органы власти периодически утверждают и реализуют новые социальные программы: по строительству жилья для бюджетников, по газификации населенных пунктов, поддержке малого и среднего предпринимательства и др. Информационное обеспечение таких программ является важной акцией, укрепляющей доверие населения к органам власти.

3. Образовательные (просветительские) кампании. Программа к Году здорового ребенка нынешнего года сопровождается широкомасштабной публичной кампанией, носящей просветительский характер. СМИ рассказывают о мерах по оздоровлению детей в нашей стране, знакомят с зарубежным опытом в этом направлении. Новые знания, интересная информация - характерные признаки подобного типа кампаний.

4. Кампании по закреплению определенных установок и линий поведения.

5. Кампании, представляющие попытку изменить существующую установку.

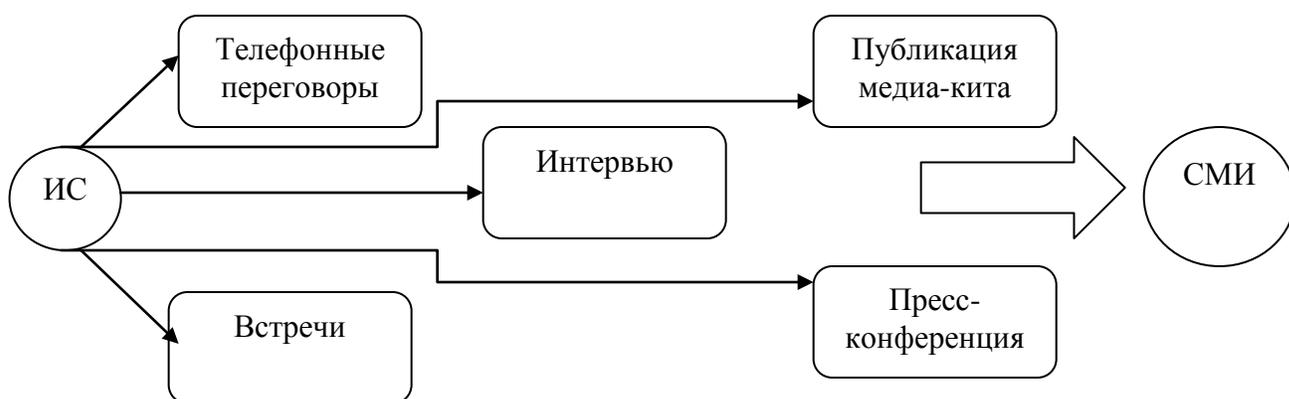
б. Кампании, направленные на модификацию поведения людей.

На практике массовые публичные кампании часто представляют смешанный тип, совмещают разные признаки. Однако планирование и подготовка кампании с учетом ее типа позволяет более рационально использовать ресурсы и достигнуть цели.

Следует напомнить, что под PR-инструментами госслужащего понимается комплекс мер, направленных на достижение информационной открытости (прозрачности) органов государственной власти, установление обратной связи с населением, формирование позитивной репутации того или иного уровня власти. PR-инструменты применяются с целью реализации информационной политики органов государственного управления.

Ключевой аудиторией пресс-служб государственных органов являются представители СМИ. Рассмотрим методы обращения пресс служб к журналистам (см. схему 1.).

Схема №1. Основные методы обращения пресс-служб к СМИ



Работник пресс- службы должен ежедневно работать со СМИ. Именно таким образом он сможет обеспечить журналистов непрерывным потоком новостной и аналитической информации. Это могут быть различные информационные письма, пресс-релизы по электронной почте и т.д. Следует помнить: чтобы новостная информация пресс-службы попала на страницы газеты,

в эфир радио или телевидения она должна быть запоминающейся, выделяющейся из общего потока событий. Тогда она будет представлять интерес и для СМИ.

Журналисты – это особая аудитория, в задачу которой входит анализ, переработка, оценка и передача информации. Следует помнить, что для установления доверительных отношений с прессой и журналистами нужно иметь высокое профессиональное мастерство, честность, порядочность во взаимоотношениях, регулярность и следование принятым этическим правилам.

Проведение мероприятий для общественности и СМИ – одна из важнейших функций пресс-службы, поэтому качество их организации имеет решающее значение для формирования ее авторитета. На первый взгляд, все мероприятия для СМИ похожи одно на другое. Единая целевая аудитория диктует свои законы, подходы. Каждый вид информационного мероприятия предполагает свои, принципиально отличающиеся подходы, акценты, средства воздействия. Иногда различия бывают и не такими явными, но в любом случае некорректное построение мероприятия вредит эффективности всей работы.

Коротко охарактеризуем основные мероприятия пресс-службы для СМИ.

Пресс-конференция

Мероприятие с привлечением журналистов для распространения информации по деятельности организации. Пресс-конференция может длиться от 30 минут до одного часа.

Если у вас есть что сказать представителям СМИ, если имеется новость или информационный повод, Вы хотите разъяснить сложившуюся ситуацию журналистам по вашей деятельности, которые интересны и важны для населения пресс-конференция наилучшая форма для данной ситуации.

Брифинг

В отличие от пресс-конференции, брифинг организуется, чтобы оперативно и наиболее быстро распространить актуальную новость за 15-20 минут, так как

само слово «brief» переводится с английского как «краткий». Брифинг применяют для оперативной передачи СМИ информации о ходе мероприятия, его результатах, официальном мнении организаторов или участников по какому-либо вопросу — то есть той информации, которую нельзя описать или подготовить заранее. Брифинг самая удобная форма, если нужно коротко дать информацию журналистам о возникающей проблеме или новости в деятельности государственного учреждения, содержащей в себе мнение официального лица.

Информационная встреча

Цель такой встречи — информирование. Если нужно просто проинформировать журналистов о деятельности госоргана или самой пресс-службы следует организовать информационную встречу. В нем новость просто сообщается организаторами, но не обсуждается. На мероприятии как правило, все выступления объединяются вокруг одного вопроса, а имеющиеся факты излагаются коротко и ясно.

Круглый стол

Отличие формы «круглый стол» от остальных мероприятий для журналистов не в том, как поставлены стулья вокруг стола, а в наличии актуального вопроса, требующего обсуждения, и где наряду со специалистами и представителями органов государственной власти участвуют и журналисты. Данное мероприятие является одним из наиболее удобных для организации дискуссии, обсуждения и даёт возможность журналистам раскрыть тему с различных позиций и ракурсов.

Презентация

Презентовать или представлять необходимо результат целенаправленной деятельности или проблему, которую госорган собирается обсудить и решить. Например, стратегию регионального развития, проект местного бюджета или локального нормативно-правового акта, касающего данной территории и ее

жителей. Верно построенная презентация — эффективное мероприятие для журналистов, потому что позволяет захватить максимальное количество типов СМИ. Здесь может быть представлен и подробный материал для аналитической прессы, и сформирована «новость» для «информационщиков», и дана «картинка» для телевидения, и предоставлена возможность «живых» интервью для радио- и теленовостных программ.

Пресс-тур

Это запланированное пресс-службой мероприятие, предназначенное специально для журналистов, которое проводится с целью получения объективных журналистских публикаций в СМИ. Продолжительность пресс-туров может быть от нескольких часов до нескольких дней. Поводом для проведения пресс-тура может послужить любое значимое событие, в котором госорган принимает непосредственное участие.

Одним из главных преимуществ пресс-тура считается его неофициальный характер. Журналисты могут увидеть какое-либо событие изнутри, даже поучаствовать в нем.

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

Организация общественного участия в проектах развития государственного управления – это еще и процесс построения взаимного доверия и преодоления

стереотипов между представителями общественных организаций и чиновниками, что тоже невозможно без участия СМИ. Поэтому возникает необходимость реализовать специальные программы, позволяющие создать режим диалога между органами власти, СМИ, структурами гражданского общества. Но для того, чтобы перейти от моделей подчинения и противостояния к модели социального партнерства, необходимо существенно повысить «прозрачность» всех процессов: экономических, политических, социальных, информационных. Подлинный диалог, подлинное партнерство, подлинное доверие возможны только в атмосфере информационной открытости³⁰.

Мероприятия, проводимые органами государственного управления, также можно подразделить на формальные заседания госоргана и общественно-культурные (неформальные) мероприятия. Признаками формальности являются: необходимость кворума, наличие установленных процедур принятия решения и установленная повестка дня. Информация о сроках и повестке дня подобных мероприятий должна быть открыта в обязательном порядке. Формальные заседания госорганов могут считаться закрытыми, но только в соответствии с четко установленными требованиями. Решения «закрытых» мероприятий не должны автоматически иметь ограниченный доступ. Мероприятия органов государственной власти, связанные с принятием общественно значимых решений, должны быть так же открыты для граждан, как и сами решения³¹.

Главная задача организаторов любого мероприятия - это определение его цели. Именно цель мероприятия определяет средства, приемы, технологии и критерии оценки эффективности. Мероприятие – это инструмент для решения PR-задач, которые в свою очередь реализуют коммуникационные цели

³⁰ Проект Закона «Об открытости деятельности органов государственной власти и управления»// http://www.norma.uz/publish/doc/text81222_zakon_respubliki_uzbekistan1

³¹ Комаровский, В. Открытость власти как приоритет административной реформы // Государственная служба. – № 4(30). – 2004. – С. 107.

государственного органа. Неудачно спланированное или проведенное без достаточной на то необходимости мероприятие может снизить вероятность успешного проведения их в будущем.

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

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

Информирование населения о деятельности властных структур - очень важный элемент системы управления. Когда население знает о деятельности руководящих органов, понимает их цели, задачи и методы, оно четко определяет свои позиции, адекватно реагирует, активно откликается на их призывы.

И, наоборот, недостаточная информированность порождает неуверенность, подозрительность, пассивность, противодействие и даже панику. Поэтому особое место в деятельности госорганов занимает вопрос регулярного информирования населения о проделанной работе, важнейших событиях. Хорошо отлаженная работа пресс-служб государственных органов власти со средствами массовой информации, с представителями общественных, религиозных организаций, политических партий, с общественностью, то есть деятельность «вовне» недостаточна. Требуется также слаженные внутрикорпоративные усилия.

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

ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ ПРЕСС-СЛУЖБ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ

2.1 Структуры пресс-служб государственных органов Республики Узбекистан

Пресс - служба является подразделением в составе организации, осуществляющим связи со СМИ. При этом пресс-служба может как входить в состав PR-отдела, так и действовать самостоятельно, однако в любом случае пресс-служба и PR-отдел тесно взаимосвязаны. Международный опыт показывает, что отношения организации со СМИ могут реализовываться следующим образом:

- пресс-служба выступает как системообразующий элемент организации, в полной мере выполняя все функции PR. При таком положении пресс-служба фактически тождественна PR-отделу.
- пресс-служба может существовать в качестве отдельного подразделения, занимающегося только работой со СМИ, то есть выступать исключительно в роли передаточного звена;
- пресс-служба, как и PR-отдел, отсутствуют в качестве самостоятельных подразделений. Работой с внешней общественностью занимается специальная консалтинговая фирма, причем это делается эпизодически, в остальное время связи с общественностью фактически не осуществляются³².

Независимо от конкретного варианта глава пресс-службы должен:

³² Русаков А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. Учебное пособие .– СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – С. 24.

- а) обладать полной информацией о работе компании;
- б) иметь непосредственный выход на руководство и пользоваться его доверием;
- в) участвовать в планировании общеорганизационных мероприятий;
- г) выстраивать деятельность своего подразделения в строгом соответствии с целями компании;
- д) иметь возможность беспрекословно получать нужные сведения от других отделов;
- е) иметь хорошие контакты в журналистской среде.

Обязанности пресс-службы двоякие – с одной стороны, она должна обеспечивать всю полноту и оперативность информации о работе своей организации, с другой стороны, создавать оптимальные условия для работы аккредитованных журналистов. В составе пресс-службы может иметься и собственная творческая (литературная) группа, состоящая из штатных корреспондентов, имеющих опыт работы в СМИ, которые занимаются написанием всех необходимых материалов на профессиональном уровне. Разумеется, это требует от руководства организации предоставления хорошей оплаты труда. Возможно также создание временной творческой группы специально для освещения конкретного мероприятия.

Помимо пресс-служб, могут существовать и так называемые пресс-центры. Это, как правило, подразделения меньшего масштаба, создающиеся на ведомственном уровне (министерства, государственные комитеты) или в структурах местного управления. Такие пресс-центры действуют на постоянной основе. Однако и частные организации могут создавать свои временные пресс-центры для освещения каких-то крупных событий, особенно происходящих в местных филиалах. В таком случае пресс-центр возглавляет пресс-атташе. В целом, разница между пресс-службой и пресс-центром является в значительной

мере условной; фактически единственный критерий, по которому возможно их различать – масштабность работы. У пресс-центров она обычно меньше, чем у пресс-служб, хотя подобное наблюдается не всегда.

Рассмотрим основные функции пресс-служб госорганов на примере информационной службы хокимията Джизакской области:

- Обеспечивает граждан информацией о деятельности, программах и мероприятиях местного органа государственного управления;
- Доставляет оперативную информацию областным средствам массовой информации;
- Готовит брошюры и другие информационные материалы;
- Устанавливает и укрепляет связи с центральными, областными и местными СМИ;
- Организует пресс-конференции, брифинги и другие медиамероприятия;
- Устанавливает деловые отношения с другими отделами хокимията;
- Организует встречи хокима и других сотрудников хокимията с населением и освещает их в СМИ;
- Организует выступления хокима и других должностных лиц хокимията на телевидении, радио, встречи в прямом эфире;
- Организует и проводит PR-компания на телевидении, в прессе и на радио;
- Проводит опросы для определения мнения граждан о деятельности хокимията и дает информацию о ее результатах;
- Анализирует мнения, жалобы и предложения граждан и дает информацию об имеющейся тенденции руководству;
- Устанавливает выгодные связи для сообществ в области, городе, тумане или за их пределами;

- С помощью Интернета, телефона, СМС и других средств оперативно отвечает на вопросы населения о деятельности хокимията, оказываемых им государственных услугах³³.

Состав и структура пресс-службы госоргана. Штат пресс-службы может насчитывать как минимум два человека – ответственного за мониторинг и контакты со СМИ и его помощника, готовящего материалы для прессы, тексты выступлений руководства. Совмещение этих двух позиций в лице одного человека, довольно часто практикующееся в организациях средней руки, нежелательно, так как приводит к излишней загруженности. Международный опыт показывает, что в пресс-службах высшего эшелона власти, таких как аппарат Президента, парламента и т.п. штат сотрудников колеблется от десяти-пятнадцати человек³⁴. А пресс-служба Президента РФ насчитывает около 40 работников³⁵. Но чрезмерное увеличение состава пресс-службы также нежелательно, ибо приводит к снижению функциональности кадров и росту излишнего документооборота, что особенно актуально в условиях нашей страны с её пока еще сильными бюрократическими традициями.

В международной практике существуют три основных направления деятельности пресс-службы и соответственно три группы в её составе.

Аналитическая группа осуществляет:

- мониторинг публикаций о деятельности фирмы в СМИ;
- анализ публикаций на рынке с выработкой конкурентных предложений руководству по проведению тех или иных мероприятий;
- разработку планов и стратегий информационной политики компании.

Креативная группа имеет следующие задачи:

³³ [http:// www.jizzax.uz](http://www.jizzax.uz)

³⁴ Саливван М.Х. Ответственная пресс-служба. Взгляд изнутри. Государственный департамент США.// [http:// usinfo. state. gov](http://usinfo.state.gov)

³⁵ Русаков, А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.-С. 121

подготовка речей для руководства (спичрайтинг), пресс-релизов и оперативных сообщений, написание статей и съемка видеоматериалов для последующего размещения в СМИ;

- создание информационных поводов.

Организационная группа выполняет:

- подготовку интервью, пресс-конференций, выступлений руководства организации на телевидении и радио;
- размещение прямой и косвенной рекламы в СМИ, направление информационных потоков;
- редакционно-издательскую деятельность;
- техническое обеспечение съемок и монтажа видеороликов и сюжетов о деятельности компании³⁶.

Помимо этих трех групп в состав пресс-службы может также входить группа аккредитации, которая осуществляет оформление отношений с журналистами, постоянно работающими с данной организацией³⁷.

В отличие от пресс-служб зарубежных стран, отделы по связям с общественностью госорганов Узбекистана насчитывают, как правило, в своем составе 2-3 человека. Так, в составе информационной службы хокимията Джизакской области работают: Дилмурод Абдухакимов – руководитель, пресс-секретарь; Нодира Олимова – главный специалист, Уткир Жумашев – специалист.

В пресс-службе хокимията города Намангана – 3 штатные единицы: Фарход Мамадалиев – руководитель, пресс-секретарь, специалист по ИКТ Рустам Юлчихонов, оператор – Азамат Косимов.

Иная структура отделов по связям с общественностью в Государственном Таможенном комитете РУз. Согласно Постановлению Президента РУз «О мерах

³⁶ Татарина, Г.Н. Современная пресс-служба: учебное пособие / Г.Н. Татарина. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2007. – С. 48

³⁷ Там же.

по дальнейшему совершенствованию и повышению эффективности деятельности органов государственной таможенной службы» от 10 августа 2011 года в структуре территориальных подразделений ГТК была открыта штатная единица сотрудника СМИ (ответственный за работу со средствами массовой информации). Этот важный шаг направлен на полноценное функционирование деятельности СМИ и своевременное обеспечение полноценной информацией общественности о проводимых реформах в деятельности таможенной службы³⁸. Пресс-службу Государственного Таможенного комитета Республики Узбекистан возглавляет Бехзод Бердиев.

Особую роль в пресс-службе всегда играет пресс-секретарь. Он реализует в своей деятельности три функции – информационную, общественно-политическую и управленческую. Его главные задачи – осуществление непосредственной связи пресс-службы с руководством, подготовка графика встреч руководителей с представителями СМИ, соответствующие консультации руководства перед этими встречами, контроль за качеством работы всех остальных подразделений пресс-службы. Фактически пресс-секретарь выступает как олицетворение пресс-службы, и часто выдает от её имени комментарии журналистам. При проведении пресс-конференций пресс-секретарь чаще всего выступает в роли модератора (ведущего) мероприятия. Вот что рассказал о своей работе пресс-секретарь хокимията города Намангана Фарход Мамадалиев: «Работа информационной службы проводится в соответствии с планом, утверждаемым хокимом города. Как руководитель службы, я возглавляю ее работу и, как пресс-секретарь, ответственен за содержание материалов, в том числе веб-сайта, составляю программы мероприятий, сценарии фото и видеосъемок, обеспечиваю взаимодействие со

³⁸ Аналитическая справка пресс-службы Государственного Таможенного комитета Республики Узбекистан от 25 апреля 2014 года// Для служебного пользования

СМИ³⁹. Далее руководитель пресс-службы поделился информацией об обязанностях других сотрудников вверенного ему подразделения: Специалист по ИТК Рустам Юлчихонов занимается обновлением содержания веб-сайта, веб-страницы в социальных сетях, принимает участие в проведении пресс-конференций и брифингов. Специалист Азамат Косимов проводит видеосъемку, монтаж видеоматериалов, осуществляет оформление компьютерной графики, готовит видеоролики, обеспечивает взаимодействие с областным ТВ⁴⁰. Из интервью с пресс-секретарем хокимията г. Намангана мы также узнаем о том, что в службе имеются волонтеры.

Как сообщила нам в личной беседе главный специалист информационной службы хокимията Джизакской области Нодира Алимова, до создания современной модели их подразделения (2-3 года назад) возможности его оставались ограниченными в профессиональном и техническом плане. Это не позволяло им проводить эффективную работу для своевременного информирования населения об инициативах и деятельности государственных органов, организации работы веб-сайта и других мер по обеспечению открытости деятельности хокимията области. Сейчас в распоряжении информационной службы цифровые видеокамеры, фотоаппарат, компьютеры, ноутбуки, и другая оргтехника, позволяющая оперативно создавать фото и видеоматериалы и представлять населению области информацию не только через традиционные СМИ (телевидение, радио, печатные издания), но и с использованием возможностей Интернета⁴¹.

Международный опыт показывает, что для нормального функционирования пресс-службы ей необходим следующий пакет документов:

³⁹ Квартальный бюллетень Проекта UNDP «Поддержка системы местного управления: гражданское участие и партнерство». Выпуск №2, от 2 августа 2012 г., с. 7-8

⁴⁰ Там же, с. 8

⁴¹ Из личной беседы с главным специалистом ИС хокимията Джизакской области Нодирой Алимовой.

1. План работы организации и соответствующий ему план работы пресс-службы. Он должен быть максимально подробным, и его копии желательно предоставить членам журналистского пула.

2. Регулярно обновляемая база данных СМИ.

3. Информационный пакет об организации (структура, объем работы в фактических и числовых показателях, количество сотрудников, имена руководителей всех уровней, внутренние новости, фото первых лиц, офисов и продукции). Он предназначается для предоставления СМИ оперативной информации по первому запросу.

4. Информационный пакет о руководстве организации (обязательно включает набор фотографий, демонстрирующих первое лицо в различных деловых ситуациях).

5. Архив публикаций и мониторинга СМИ. Предназначен для подготовки развернутых статей, справок и отслеживания отношений СМИ к организации⁴².

Эффективность работы информационной службы государственного органа управления зависит от качества информационных материалов, которые предоставляются в СМИ. Перечислим некоторые из них.

Бэкграундеры (backgrounder) - это информация об организации, её профиле, услугах, истории создания, развития и т.д. Брекграундеры дополняют краткие сведения, приведенные в пресс-релизе. Это может быть новость о новых направлениях деятельности хокимията, о текущих мероприятиях. Например, о предстоящем заседании, посвященном итогам девяти месяцев текущего года. Такую информацию следует отсылать регулярно для поддержания непрерывного потока новостей, исходящих из организации.

⁴² См., напр.: Саливан М.Х. Ответственная пресс-служба. Взгляд изнутри. Государственный департамент США.// <http://usinfo.state.gov>; Василенко, И. Связь с общественностью в государственных и местных органах власти: учебное пособие / И.Василенко. – М.: Международные отношения, 2006.

Пресс-релиз (press-release). Это сообщение для журналистов, которое содержит актуальную, важную новость или полезную информацию, предназначенную для широких слоев населения.

Медиа-кит (media-kit, - медиа- набор/комплект/пакет). Медиа-, или пресс-кит – одно из значимых средств распространения информации после пресс-релиза. Пресс-кит должен содержать различные материалы по обсуждаемому вопросу, которые дадут возможность журналисту шире раскрыть тему. Медиа-кит включает в себя пресс-релиз, буклет, краткую справку о деятельности организации, фото, видеозаписи на дисках и т.д..

Кейс-история, или случай-история. Этот материал используется в целях рассказа о положительном решении вопроса. Кейс-истории обычно имеют следующую структуру: поднимают актуальную проблему, которая касается широких слоев населения, как она рассматривается органом власти и детализацию опыта после использованного решения.

Обзорные статьи. Они содержат в себе обзор мероприятий, проводимых органом управления по направлению деятельности, анализ, результаты.

Факт-лист - это короткий документ, отражающий различные виды и сферы деятельности хокимията, должностного лица или причины события. Факт-листы обычно дополняют пресс-релиз или бэкграундеры и служат журналисту дополнительным источником для раскрытия темы статьи.

Форма «Вопрос-ответ». Информационное сообщение, которое заменяет или дополняет факт-лист. В этой форме перечисляются наиболее часто задаваемые вопросы по предмету и ответы на них. Умело написанная форма «Вопрос-ответ» иногда может заменить интервью редактора с должностным лицом.

Фотографии. Используются для раскрытия темы. Для прессы требуются широкоформатные фотографии с четким изображением, правильностью выбора ракурса объекта.

Заявления. Форма подачи точки зрения и намерения органа власти по поднимаемой проблеме. Она должна быть сформулирована четко, ясно и изложена очень коротко⁴³.

Анализ информационных материалов, предоставляемых пресс-службой исследуемых нами госорганов, показывает, что из вышеперечисленного перечня наиболее широко используются пресс-релизы, факт-листы, фотографии, медиакиты, да и то не с полным набором необходимых документов. Главный специалист информационной службы Джизакского областного хокимията Нодира Алимова объясняет это тем, что сотрудники пресс-служб местных органов власти еще не овладели в полной мере методологией подготовки бэкграундеров, кейс-историй. Не хватает средств на проведение анкетного опроса представителей СМИ региона с целью выяснения их мнений по актуальным вопросам и по проблемам взаимоотношений с органами власти⁴⁴.

Международный опыт показывает, что одной из основных задач, стоящих перед пресс-службой является проведение комплекса мероприятий по предотвращению или минимизации ущерба, нанесенного деструктивными действиями СМИ. Мероприятия по решению проблемной ситуации пресс-службами органов государственного управления ведущих зарубежных стран строятся по принципу предвидения и планирования возможных информационных атак. Это постоянная деятельность по распространению так называемой фоновой информации, которая призвана формировать и поддерживать имидж администрации и её руководителей, а также обезопасить орган государственной власти в случае кризисной ситуации. Так, в подготовке информационного материала, в том числе призванного нейтрализовать негативное воздействие СМИ, пресс-службе губернатора оказывают содействие все отраслевые и

⁴³ Косимова Н., Бабаджанова Г., Исламова Л. Эффективная коммуникация с общественностью. Практическое пособие для информационных служб. Т. 2013. - С. 75-76

⁴⁴ Из личной беседы с главным специалистом ИС хокимията Джизакской области Нодирой Алимовой.

территориальные подразделения администрации Санкт-Петербурга. Совместные усилия по сопротивлению информационной атаке свидетельствуют о том, что информационная политика органа государственной власти носит целостный характер⁴⁵. В нашей республике такого деконструктивного влияния СМИ по отношению к власти не наблюдается и поэтому не требуется наличия в штате пресс-служб эксперта по правовым вопросам и регулированию кризисных ситуаций (каковые имеются во многих пресс-службах органов власти Российской Федерации, например).

Таким образом, можно сделать вывод, что организационное устройство служб в органах государственной власти должно определяться их функциональными особенностями. Задача состоит в том, чтобы использовать такую организационную структуру, которая наиболее полно соответствует поставленным целям и задачам, наилучшим образом позволяет взаимодействовать с внешней средой, продуктивно распределять и направлять усилия своих сотрудников и, таким образом, удовлетворять потребности управляемого объекта и достигать своих целей.

2.2. Опыт работы отечественных информационных служб органов государственного управления с населением и СМИ

При написании теоретической части данной выпускной квалификационной работы, нами был сделан вывод о том, что население может принимать активное участие в деятельности органов государственного управления, если только оно хорошо информировано о его законодательной базе, социально-экономическом положении, задачах, которые ставит перед собой орган власти, и роли, которую может сыграть население в решении этих задач.

⁴⁵ Русаков, А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.- С. 203

Под PR-инструментами сотрудника пресс-службы понимается комплекс мер, направленных на достижение информационной открытости (прозрачности) органов государственного управления, установление обратной связи с населением, формирование позитивной репутации того или иного уровня власти. PR-инструменты применяются на уровне государственного управления с целью реализации информационной политики органов власти⁴⁶.

Сразу же отметим, что какие бы пиар-технологии, методы не применяла в своей деятельности пресс-служба органов государственного управления, она должна строиться на принципах объективности, открытости, актуальности, оперативности и социальной ориентированности.

Принцип объективности означает, что информационная служба должна обеспечивать правдивое изложение аргументов и фактов в информации при принятии хокимиятом или другим госорганом каких-либо решений.

Принцип открытости подразумевает удовлетворение пресс-службой все индивидуальные запросы в информации, которые поступают в хокимият, за исключением случаев, когда хокимият сможет обосновать, что запрашиваемая информация подпадает под ограничительный перечень исключений из принципа открытости информации.

Принцип актуальности. Информационная служба должна инициировать регулярное проведение встреч хокима области (города, района), других руководителей госорганов власти или членов их аппарата управления с представителями СМИ, общественностью, и совместно обсуждать интересующие тех вопросы и актуальные проблемы.

Принцип оперативности. Согласно ему пресс-службы должны своевременно реагировать на обращения граждан и принимаемые решения органа

⁴⁶ Дюк. А. PR-инструменты муниципального служащего // Городское управление. – 2003. – № 7– С. 85

государственной власти. Целесообразно предоставлять ответ в удобной и понятной для граждан форме в кратчайшие сроки. Желательно стараться отвечать в течение максимум 3 рабочих дней. Но даже в самом затруднительном случае срок ответа на обращения граждан не должен выходить за пределы установленных законом сроков.

Принцип социальной ориентированности означает, что при реализации информационной политики органа государственного управления информационная служба обеспечивает приоритет по освещению процесса и результата исполнения законов, подзаконных актов, государственных программ и проектов по социальной поддержке уязвимых слоев населения. Деятельность пресс-служб, их помещение и информационные продукты должны быть доступны для лиц с ограниченными возможностями.

В работе по информированию населения главная роль принадлежит средствам массовой информации, которые в большей степени, чем другие источники, способны получать достоверную информацию и доносить ее до населения. Поэтому пресс-службы госорганов с каждым годом усиливают степень взаимодействия, и расширяют формы сотрудничества со средствами массовой информации. Достаточно привести в пример следующие факты. За период 2010-2014 гг. усилиями пресс-службы Государственного Таможенного комитета Республики Узбекистан было организовано 9516 материалов в центральных и местных СМИ страны о деятельности таможенных органов (см. таблицу 1.)⁴⁷

№	Наименование СМИ	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г. 1кварт	Итого
1.	Газеты	468	632	1007	1291	367	3765

⁴⁷ Аналитическая справка пресс-службы Государственного Таможенного комитета Республики Узбекистан от 25 апреля 2014 года// Для служебного пользования

2.	Радио	435	533	828	1060	330	3186
3.	Телевидение	254	498	678	924	211	2565
	Итого	1157	1663	2513	3275	908	9516

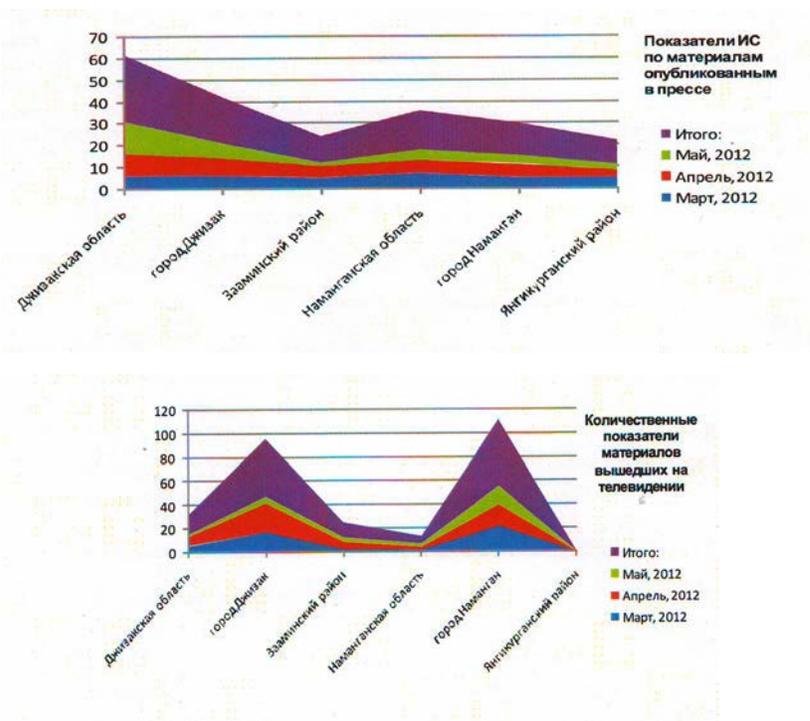
Конечно, каждая пресс-служба исходит из специфики своего госоргана, предварительно изучив свою аудиторию. Как справедливо заметили авторы пособия «Эффективная коммуникация с общественностью»: «Каждая аудитория характеризуется своими особенностями и потребностями, которые необходимо изучить перед общением с ней. Важно помнить о предпочтениях относительно формы получения информации. Так, согласно результатам опроса, проведенного в рамках проекта ПРООН в 2010 году в Джизакской и Наманганской областях, 34% респонденты отметили, что предпочитают получать информацию через телевидение⁴⁸.

Публикация на страницах центральных и местных газет, озвучивание в теле- и радиоэфире писем и обращений граждан и общественных организаций, позволяет говорить о СМИ как об одном из механизмов эффективной обратной связи между населением и властью.

Приведем факты. Информационной службой хокимията Джизакской области в 2013 году было подготовлено 18 видеороликов, 102 видеорепортажа, 194 газетных материала, 253 интернет - статей, 98 радиоматериалов, 70 фоторепортажей⁴⁹. Для сравнения приведем данные 2012 г.:

⁴⁸ Косимова Н., Бабаджанова Г., Исламова Л. Эффективная коммуникация с общественностью. Практическое пособие для информационных служб. Т. 2013. - С. 44

⁴⁹ Аналитическая справка информационной службы хокимията Джизакской области от 22 февраля 2014 г.// Для служебного пользования



Как видим, прогресс налицо. Сегодня сотрудники информационной службы хокимията Джезказганской области являются профессионалами в области журналистики и работы с информационными технологиями, а также имеют все необходимые для этого технические средства и навыки. По словам руководителя ИС Дилмурода Абдурахимова, в настоящее время в подготовке сюжетов для радио и телевидения информационная служба хокимията не нуждается в помощи со стороны. К примеру, хоким области может использовать ресурсы информационной службы для оперативной подготовки соответствующего материала для ТВ, РВ или печатных СМИ. В результате деятельность информационной службы области положительно отразилась также на эффективности работы регионального телевидения и радио, корреспондентам которых стало легче готовить передачи о преобразованиях и перспективах развития области, поскольку потенциал ИС позволяет сегодня предоставлять СМИ готовый информационный материал для подачи в эфир или публикации его на страницах газет и журналов. В подтверждение этого, приведем слова главного редактора областного телевидения Джизака Саида Донишева: «Работа

информационной службы оказывает существенную помощь в освещении телевидением и радио деятельности хокимиятов в области. Повысилась оперативность подготовки информационных материалов, сохраняются их актуальность и даже сокращаются затрачиваемые на эти цели средства. Материалы, подготовленные при непосредственном содействии информационных служб хокимиятов Джизакской области несколько раз транслировались Национальной телерадиокомпанией Узбекистана по телеканалам «Узбекистон» и «Ешлар»⁵⁰. Убедительны и факты, приведенные Урозали Бердибековым, руководителем информационной службы Заминского района Джизакской области: «Прежде, события в Заамине, где проживает более 150 тыс. населения, освещались на областном телевидении и радио не менее 10 раз в год. В результате деятельности ИС хокимията района количество телерепортажей из Заamina на областном ТВ выросло до 80, а на радио до 150 передач в год. Более того, материалы, посвященные развитию туристического потенциала Заamina вошли в серию репортажей, показанных по центральным каналам Узбекистана»⁵¹.

Как положительную тенденцию можно отметить и активизацию сотрудничества информационных служб хокимиятов Джизакской области с Национальной телерадиокомпанией Узбекистана (каналами «Узбекистон», «Ешлар», «Спорт»), а также изданиями «Правда Востока», «Халк сузи». В частности если в 2012 году на страницах газеты «Халк сузи» было опубликовано 250 статей, посвященных преобразованиям в Джизакской области, то в 2013 году этот показатель увеличился фактически в 1,5 раза⁵².

Стало более плодотворным и сотрудничество Государственного таможенного комитета Республики Узбекистан со СМИ. При освещении деятельности таможенных органов в основном налажено сотрудничество с

⁵⁰ Информационные службы как открытость власти.// «Правда Востока» от 29 мая 2013 г., № 102

⁵¹ Там же

⁵² Там же.

Национальным информационным агентством Узбекистана, печатными изданиями «Народное слово», «Халк сузи», «Правда Востока», «Кишлок хаети», «XXI аср», «Новости Узбекистана и другими. Ведется активная работа с творческими работниками телеканалов «Узбекистон», «Ешлар», радиоканалами «Машъал», «Тошкент»⁵³.

Еще одним средством механизма прямой и обратной информационной связи населения с органами государственной власти является организация встреч представителей администрации госорганов с населением. Обратимся к фактам. За период 2010-2014 гг. Государственным Таможенным Комитетом Республики Узбекистан было организовано 6588 встреч с участниками ВЭД и общественностью республики (см. таблицу 2.)⁵⁴:

№	Название мероприятия	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г. 1 квартал	Итого
1.	Встречи с участниками ВЭД	462	483	578	739	192	2454
2.	Встречи с общественностью	722	729	1135	1219	329	4134
	Итого:	1184	1212	1713	1958	521	6588

Каналы информирования населения Республики Узбекистан о практической деятельности государственной власти на муниципальном уровне также разнообразны. Среди них можно выделить основные: личные встречи

⁵³ Аналитическая справка пресс-службы Государственного Таможенного комитета Республики Узбекистан от 25 апреля 2014 года// Для служебного пользования

⁵⁴ Там же.

руководителей с населением, информационные стенды, справочно-информационные материалы, библиотеки, печатные, радио и телевизионные средства массовой информации. Личные встречи главы муниципального образования и его заместителей, депутатов, руководителей органов и должностных лиц местного самоуправления с жителями служат одной из важнейших форм информирования населения. Достоинство их в том, что жители напрямую задают представителям власти интересующие их вопросы и получают ответы. Так, в 2013 году информационной службой г.Намангана было организовано около 40 встреч хокима города и его заместителей с населением, организовано более 10 пресс-конференций, брифингов по различным вопросам деятельности. К примеру, в июне была проведена пресс-конференция заместителя хокима г. Намангана на тему: «Роль СМИ в подготовке частных собственников жилья г.Намангана, образовательных учреждений, учреждений здравоохранения и других объектов социальной сферы к устойчивой работе в осеннее - зимний период 2013-2014 гг.», в работе которой приняли участие около 40 представителей СМИ. по итогам мероприятия были сформулированы рекомендации по широкому информированию общественности о важности подготовки города к предстоящим холодам путем активного освещения в СМИ⁵⁵.

Изучение международного опыта показывает, что эффективной формой работы пресс-служб госорганов является организация «прямых проводов», «горячих линий» с участием руководителей органов власти. В Российской Федерации мэры городов не реже одного раза в месяц выступают в прямом эфире телевидения или радио. А Президент Татарстана, например, регулярно, 3-4 раза в год проводит «прямую линию» с аудиторией одной из центральных газет республики, и в течение 2-3 часов ведет общение с читателями. При этом «прямые линии» проходят без заранее «очерченной» темы. А в Лениногорске (Татарстан)

⁵⁵ Квартальный бюллетень Проекта UNDP «Поддержка системы местного управления: гражданское участие и партнерство». Выпуск №2, от 21 июля 2013 г., с. 6

стала популярной такая форма работы с населением, когда на «горячей линии» работает экспертная комиссия, которая тут же выезжает на проверку жалоб⁵⁶.

В нашей стране также стали практиковаться формы «прямого провода». Так, при содействии информационной службы хокимията г. Ташкента вот уже два года в эфире ТВ-канала «Тошкент» идет передача «Очик мулокот» с участием хокимов районов столицы республики. Но при этом действует другая схема. Принимаются звонки только в рамках озвученной темы⁵⁷.

В деятельности пресс-службы Государственного Таможенного Комитета РУз и информационных служб хокимиятов Джизакской области и г. Намангана не практикуется организация «прямых проводов» и «горячих линий». Эти подразделения чаще проводят пресс-туры. В качестве примера такого мероприятия можно назвать пресс-тур, организованный информационной службой хокимията Зааминского района. Он был посвящен развитию туризма в регионе и включал в себя осмотр Зааминского краеведческого музея, природных достопримечательностей области. По результатам пресс-тура было опубликовано 14 статей в областных и районных изданиях, подготовлено 6 радиоматериалов и 4 телесюжета⁵⁸. Кроме того, материалы, посвященные развитию туризма района, вошли в серию репортажей, показанных по национальным каналам республики⁵⁹.

Хорошей практикой стало систематическое обучение сотрудников информационных и пресс-служб госорганов. Так, ежегодно для сотрудников пресс-служб территориальных таможенных управлений Государственного таможенного комитета РУз при содействии Общественного фонда поддержки и развития независимых печатных средств массовой информации и информационных агентств Узбекистана организовываются семинары-тренинги по

⁵⁶ Таиров А.И. Особенности методов работы государственных служб по связям с общественностью. – Режим доступа: http://www.zgia.zp/gazeta/VISNIK_35_16.pdf

⁵⁷ См, напр.: выпуск передачи «Очик мулокот» от.....

⁵⁸ Отчет информационной службы хокимията Джизакской области // Для служебного пользования

⁵⁹ Правда Востока от 29 мая 2013 г.

различным темам. К примеру, в апреле 2013 г. в Высшем Военном таможенном институте РУз для сотрудников пресс-служб территориальных таможенных управлений был проведен тренинг на тему: «Современные технологии информационного взаимодействия пресс-служб со СМИ», тренером на котором выступала доцент факультета международной журналистики И.Ф.Исмаилова.

Обучению сотрудников информационных служб государственных органов в г. Ташкенте и областях был посвящен целый цикл тренингов на тему «Повышение потенциала информационных служб органов государственной власти и управления и их взаимодействие со СМИ», который был организован UNDEF, МНПО «Региональный диалог», Общественным фондом поддержки и развития независимых печатных средств массовой информации и информационных агентств Узбекистана, Международным центром переподготовки журналистов РУз, и проходил в Навоийской, Джизакской, Хорезмской, Ферганской, Бухарской, Самаркандской областях с марта по сентябрь 2013 года. Тренерами в этом образовательном мероприятии выступали доцент факультета международной журналистики И.Ф.Исмаилова и заведующий отделом газеты «Халк сузи» К.Хидиров.

В рамках образовательных программ практикуются выезды сотрудников информационных служб областных хокимиятов в г. Ташкент для ознакомления с организацией работы ведущих пресс-служб ГНК, Министерства юстиции, УзА, UzReport и др. Это дало возможность также обменяться опытом с сотрудниками других информационных служб хокимиятов⁶⁰.

Подытоживая данный раздел выпускной работы, следует особо отметить, что информационные и пресс-службы являются связующим, коммуникативным звеном между госорганом и населением, СМИ. Поэтому наряду с основными

⁶⁰ Квартальный бюллетень Проекта UNDP «Поддержка системы местного управления: гражданское участие и партнерство». Выпуск №2, от 2 августа 2012 г., с. 8

направлениями деятельности, укреплением кадрового потенциала информационных служб необходимо профессиональное обучение сотрудников по связям с общественностью, продвижение современных и инновационных подходов к управлению. Наряду с традиционными технологиями полезно применять новые методы распространения информации: баннеры, плакаты, онлайн-сообщения и т.д. Учитывая, что Интернет не является пока общедоступным для всех категорий населения средством обмена информацией, особенно для жителей отдаленных районов, представляется возможным налаживание связей между госорганом и населением, СМИ посредством мобильной коммуникации в виде СМС-сообщений на телефоны пользователей. Создание информационными службами социальных видеороликов также может дать положительный эффект в повышении информированности населения и СМИ о деятельности государственных органов. Пример этому – работа ИС хокимията г. Ташкента, регулярно транслирующая по национальным каналам социальные видеоролики по благоустройству города.

Принимая во внимание, что деятельность пресс-служб органов государственного управления сегодня невозможна без внедрения и использования высоких информационных технологий, проанализируем опыт информационных служб госорганов Узбекистана по организации собственных веб-сайтов и активизации информационного обмена.

2.3. Роль новых информационных технологий в деятельности пресс-служб государственных органов Узбекистана

Для того, чтобы быть на уровне современных требований, предъявляемым к пресс-службам госорганов, необходимо ясно осознать, что Интернет-пространство становится важным полем конкуренции различных пиар-подразделений республики. Развитие информационных технологий диктует способы и методы ведения современной информационной работы. Учитывая тот факт, что в настоящее время в Узбекистане количество пользователей Интернета превышает 9 млн. человек, пресс-служба должна иметь в виду этот мощный канал коммуникации.

С чего нужно начать работу в социальных сетях интернета? Прежде всего нужно понять, где находится необходимая вам целевая аудитория. Следует учесть тот факт, что на сегодняшний день интернетом пользуется население от 14 до 70 лет.

Как определить социальную сеть для открытия блога хокимията, например? Социальные сети можно определить как веб-технологии, которая позволяет пользователям отправлять и обмениваться информацией. Следует, в первую очередь, учесть посещаемость социальной сети. При ведении блога сотрудник пресс-службы должен хорошо понимать, что появившаяся в Интернет информация не может быть удалена полностью, поэтому, осознавая ответственность, он должен прикладывать максимум усилий для того, чтобы размещать только корректную информацию. Надо осознать, что опубликованная информация может серьезно повлиять на имидж госоргана.

Важным моментом является правильный выбор социальных сетей, популярных среди посетителей того или иного ресурса. К примеру, потенциальная аудитория сайта хокимията — преимущественно население, ННО и общественные

организации, а также бизнес-структуры, соответственно, необходимо использовать социальные службы, которые наиболее активно используются данным контингентом. К примеру, информационная служба хокимията г. Джизака для более активного вовлечения молодежной аудитории в социальную и культурную жизнь региона пользуются возможностями таких социальных сетей, как Twitter, Facebook, Muloqot.uz. Об этом сообщил корреспонденту газеты «Правда Востока» руководитель ИС городского хокимията Джизака Хакимжон Фазилов⁶¹

Чтобы иметь возможность максимально воздействовать на продвижение сайта в поисковых системах, необходимо не только работать над оптимизацией ресурса, но и своевременно вносить те или иные коррективы для достижения наилучшего результата, а также пропагандировать его по всем республиканским и местным СМИ. Одним словом, если новости сайта госоргана постоянно будут самыми свежими и самыми интересными, значит ему обеспечен успех.

Для того, чтобы четко представить, что за коррективы требуется внести, пресс-секретарь должен постоянно анализировать, сколько посетителей ежедневно посещают сайт, по каким поисковым запросам и с каких поисковых систем, сайтов или каталогов, какие разделы и страницы вызывают наибольший интерес. Всю эту информацию может предоставить статистика сайта, а сбор статистических данных о работе ресурса должен стать обязательным этапом его продвижения. Статистические данные получают с помощью счетчиков, логов и скриптов для анализа статистики. Независимое измерение количества посетителей сайта может обеспечить счетчик, предоставляемый сервисом статистики. При этом на сайте размещается код, производящий сбор данных, а подсчитывает, обрабатывает и выдает статистические отчеты движок счетчика.

⁶¹ Информационные службы как открытость власти.// «Правда Востока» от 29 мая 2013 г., № 102

Приведем рекомендации, которые дают авторы пособия «Эффективная коммуникация с общественностью» по работе сотрудников пресс-служб в социальных сетях:

- Всегда внимательно слушать, что говорят участники социальной сети.
- Ответственно относиться к публикуемым сообщениям, не распространять неподтвержденную информацию или информацию, которая может быть неверно истолкована.
- Размещая информацию, обязательно убедиться, что она не нарушает законодательства, авторского и других прав граждан и организаций.
- Рассматривать участие в социальных сетях как возможность научиться новому и использовать эти знания для предоставления обществу более качественной информации и общения⁶².

Говоря о важности использования социальных сетей для информирования населения о деятельности госорганов, необходимо помнить, что сообщения, размещенные в социальных сетях и блогах, не следует рассматривать как замену официальным пресс-релизам и пресс-конференциям государственных органов власти. Всегда есть вероятность того, что сообщение, опубликованное в социальной сети, впоследствии будет изменено. Официальную информацию всегда можно найти на сайте госоргана и на новостной странице. Некоторые правила работы в социальных сетях (такие, как рабочие часы, среднее время, необходимое для ответа, способ ответа на сообщение) могут зависеть от типа социальной сети и политики участия работы пресс-службы в ней.

Работа с сайтом государственного органа - очень ответственный процесс для пресс-служб. Каждодневное бурное развитие информационных технологий таит в себе много сюрпризов и не все они относятся к категории приятных.

⁶² Косимова Н., Бабаджанова Г., Исламова Л. Эффективная коммуникация с общественностью. Практическое пособие для информационных служб. Т. 2013. - С. 115

Дальнейшее развитие информационных технологий и коммуникаций убедительно показывают, что большинство населения в дальнейшем будет решать свои потребности, связанные с получением государственных услуг и информации, именно через электронные каналы связи, включая Интернет. Согласно современным принципам построения информационной инфраструктуры организации, взаимодействие государственного учреждения с гражданами, бизнесом и другими органами управления должно осуществляться через информационный портал, представляющий «единую точку доступа» ко всем необходимым ресурсам. Объединение ресурсов органа государственного управления в портал имеет следующие существенные преимущества:

- позволяет полно и объективно информировать граждан о том, какой объем услуг, сервисов и социального обеспечения им предоставляется;
- вовлекает граждан и организации в активную работу по поддержке инициатив и программ правительства;
- обеспечивает «прозрачное», постоянное и оперативное взаимодействие государственного органа с хозяйствующими субъектами, причем может быть достигнута существенная экономия времени и средств как субъектов, так и государственного бюджета. Портал позволяет воплотить на практике концепцию «единого окна» для решения широкого круга вопросов регулирования хозяйственной деятельности (регистрация, лицензирование, налоги, субсидии и пр.);
- обеспечивает оптимизацию взаимодействия государственных структур при решении как повседневных, так и сложных и оперативных вопросов.

Согласно Постановлению Кабинета Министров «О мерах по дальнейшему совершенствованию взаимодействия органов государственного и хозяйственного управления, государственной власти на местах с юридическими и физическими лицами с использованием информационно-коммуникационных технологий» (от

23.08.2007 г., N 181), к перечню базовых информационных услуг, оказываемых государственным органом через официальный сайт в обязательном порядке, относится предоставление:

- справочной информации о руководителях государственного органа (фамилии, имена, отчества, биографические и контактные данные, дни приема граждан);
- номеров телефонов и адресных реквизитов (почтовый и электронный адрес и др.) подразделений государственного органа по работе с обращениями граждан, сведений о порядке их работы, номеров телефонов справочной службы и телефонов доверия;
- форм заявлений, бланков и статистической отчетности, принимаемых государственным органом;
- информации о порядке приема заявлений, жалоб и других обращений граждан;
- аналитических докладов и обзоров информационного характера о деятельности государственного органа;
- текстов официальных выступлений и заявлений руководителей государственного органа;
- официальной статистической информации государственного органа;
- ссылок на другие соответствующие сайты;
- возможности приема отчетов, писем, заявлений, жалоб и других форм обращений от юридических и физических лиц по мере применения электронно-цифровой подписи⁶³.

⁶³ Постановление Кабинета Министров «О мерах по дальнейшему совершенствованию взаимодействия органов государственного и хозяйственного управления, государственной власти на местах с юридическими и физическими лицами с использованием информационно-коммуникационных технологий» (от 23.08.2007 г., N 181)

Дизайн сайтов органов государственной власти не должен быть ярким, агрессивным и раздражающим, он должен соответствовать нормативным стандартам, обязательно содержать атрибуты государственной символики и не отвлекать посетителей от самого важного на сайте, а именно - от информации. Структура размещения информации на сайтах органов государственной власти должна иметь единую схему, чтобы поддерживать у посетителя ощущение простоты получения данных и информационной прозрачности ресурса.

Все используемые на сайте интерфейсы должны быть простыми и понятными. На них должна быть доступна подробная информация о деятельности, задачах и структуре государственного органа, чтобы любой желающий мог обратиться в него, заполнив соответствующую форму. Согласно Постановлению Кабинета Министров Республики Узбекистан № 256 от 22.11.2005 года веб-сайт государственных органов должен содержать в себе:

- описание деятельности госоргана;
- контактную информацию госоргана и подразделений;
- новости и события;
- описание оказываемых услуг и сервисов;
- сведения о порядке приема на работу и вакансиях;
- справочную и контактную информацию о руководстве госоргана и его подразделений;
- нормативно-правовые акты в сфере деятельности организации;
- сведения об основных видах деятельности и показатели госоргана, его отделов, подразделений и управлений ⁶⁴.

Технические требования включают в себя:

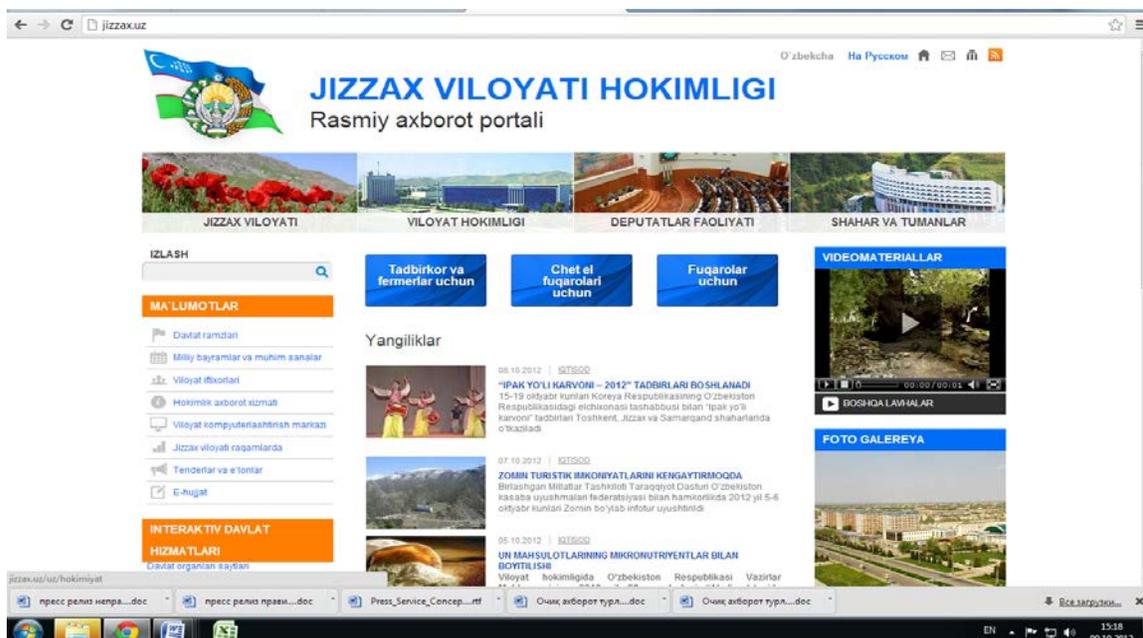
- размещение (хостинг) на территории Узбекистана;

⁶⁴ Постановление Кабинета Министров «О совершенствовании нормативно-правовой базы в сфере информатизации» (от 22.11.2005 г. N 256)

- регистрация домена в зоне .UZ;
- установка счетчика посещаемости WWW.UZ;
- бесперебойное функционирование сайта в сети Интернет.

Примечательно, что на основании показателя Национального поискового портала WWW.UZ в среднем зафиксировано около 600-800 посетителей сайта Государственного таможенного комитета РУз (www.customs.uz), использующих сайт ГТК 1500-2000 раза в день⁶⁵

Рассмотрим работу пресс-служб госорганов с сайтами на примере официального веб-сайта Джизакского областного хокимията [http:// www.jizzax.uz](http://www.jizzax.uz)



Следует сказать, что сайт хокимията Джизакской области охватывает фактически все параметры предоставления информационных услуг населению, обозначенные в Постановлении Кабинета Министров №256. На нем представлена и информация о руководстве области с указанием контактных телефонов, дней приема населения, даны сведения о руководителе и специалистах

⁶⁵ Аналитическая справка пресс-службы Государственного Таможенного комитета Республики Узбекистан от 25 апреля 2014 года// Для служебного пользования

информационной службы с их координатами, есть нормативно-правовые документы, существует раздел новостей, раздел «Гордости области» с информацией о знаменитых жителях Джизака, наличествует обширный портал интерактивных услуг. Он имеет удобные для посетителей сервисы: обращения, регистрации, получения ответа на свой запрос. Примечательно, что в отличие от многих других официальных сайтов хокимиятов областей республики, ведется статистика обращений граждан. На 10 мая 2014 года она выглядит следующим образом:

[Рассмотрение обращений](#)

[Выдача справок об отсутствии \(наличии\) судимости](#)

[Выдача архивных справок о подтверждении стажа работы](#)

СТАТИСТИКА

- **2293**
В обработке
16%
- **11945**
Завершенных
84%
- **14238**
Поступивших заявок
- **12629**
От физического лица
89%
- **1609**
От юридического лица
*11%*⁶⁶.

В законопроекте «Об открытости деятельности органов государственной власти и управления» четко сказано, что информация, представленная на официальном сайте госоргана должна быть обязательно датирована и периодически обновляться. Периодичность обновления размещаемой на сайте

⁶⁶ [http:// www.jizzax.uz](http://www.jizzax.uz)

информации должна определяться самим хокимиятом или органом государственного управления, но оно должно осуществляться не реже одного раза в неделю⁶⁷. Однако данное исследование показало, что обновление информации на сайтах госорганов, по – прежнему, является острой, актуальной проблемой. Так, на веб-сайте хокимията Джизакской области в разделе «Новости» последняя информационная заметка датирована 1 мая 2014 года, в узбекской версии сайта – 30 апреля 2014 года. Такое же положение на веб-сайтах хокимиятов Андижанской, Бухарской, Кашкадарьинской областей. На веб-сайте хокимията Джизакской области в разделе «Нормативно-правовые документы» последний документ «Постановление заместителя хокима области С.Исмаилова №247 датировано 5 октября 2012 года. Отсутствуют на сайте сведения о вакантных рабочих местах, информация об исполнении программ развития в экономической и социальных сферах. Не активирована гиперссылка «Объявления»⁶⁸.

Особо хотелось бы сказать о сайте Государственного Таможенного Комитета Республики Узбекистан. Он был разработан в 2001 году на основании правительственных решений, определяющих основные требования в части постоянной доступности с сети Интернет, а также в целях обеспечения открытости и прозрачности деятельности таможенных органов, обеспечения права общества на информированность, повышения эффективности информирования населения, национальных и аккредитованных в Узбекистане зарубежных средств массовой информации о деятельности таможенной службы Узбекистана. Принимая во внимание новшества в сфере информационно-коммуникационных технологий и учитывая современные требования, в 2006, 2011 и 2014 году сайт ГТК был обновлен и усовершенствован. Сейчас сайт ГТК состоит из 10 разделов и 80 рубрик, в котором классифицированы все аспекты деятельности таможенной

⁶⁷ Проект Закона «Об открытости деятельности органов государственной власти и управления»// http://www.norma.uz/publish/doc/text81222_zakon_respubliki_uzbekistan1

⁶⁸ [http:// www.jizzax.uz](http://www.jizzax.uz)

службы Узбекистана. На состоявшемся в 2011 году Интернет-фестивале «Лучший сайт органа государственного управления» веб-сайт ГТК занял 3 место, а в 2013 году - 2 место.

Завершая раздел работы об использовании пресс-службами госорганов в своей деятельности новых информационных технологий, следует особо отметить, что как справедливо заметил наш Президент, принятие закона «Об открытости деятельности органов государственной власти и управления» будет способствовать не только более полной реализации конституционных прав граждан на получение информации, но и повышению ответственности должностных лиц за принимаемые решения». А это означает, что информация, размещаемая на официальных сайтах госорганов должна полностью отвечать требованиям объективности, прозрачности, точности, оперативности и информационной насыщенности⁶⁹.

⁶⁹ Доклад Президента Республики Узбекистан Ислама Каримова на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан от 12.11 2010г.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе были рассмотрены особенности деятельности пресс-служб в органах государственной власти, значение и функции пресс-службы, проанализированы структуры пресс- служб органов власти, выявлены методы и формы взаимодействия государственных служб с общественностью и СМИ. В практической части исследования был обобщен опыт работы пресс-службы Государственного таможенного комитета Республики Узбекистан, информационных служб хокимиятов Джизакской области и г. Намангана.

В результате исследования мы пришли к выводу, что вопросу организации деятельности служб связей с общественностью в настоящее время необходимо уделять большое внимание. Это связано с тем, что от информирования населения о деятельности органов государственной власти, о законопроектах, принимаемых ими, о специфике труда государственных чиновников зависит имидж системы органов государственного управления как социального института и степень доверия к ним граждан.

Исследование показало, что деятельность пресс-службы Государственного таможенного комитета Республики Узбекистан, информационных служб хокимиятов Джизакской области и г. Намангана в целом отвечает требованиям Постановления Кабинета Министров «О мерах по развитию связей с общественностью органов государственного и хозяйственного управления» от 22 сентября 2006 года. Вместе с тем, работа этих пресс-служб выстраивается по-разному, в зависимости от наличия ресурсов, мотивов руководителей, профессионализма сотрудников, ответственных за связи с общественностью.

Исследование также показало, что пресс-службы и информационные службы на данный момент созданы лишь в республиканских и областных государственных структурах, на городском и районном уровнях они пока не

существуют (Джизак и Наманган являются приятным исключением). В большинстве госорганов пресс-служба состоит, за редким исключением, из 1-2 человек, а в некоторых местах ответственность за связи с общественностью возложена на уже действующих сотрудников в качестве дополнительной нагрузки к их основным обязанностям.

В ходе изучения вышеназванных пресс и информационных служб выяснилось, что ими систематически используются такие значимые мероприятия как пресс-конференция, брифинг, пресс-тур и т. д. Налажено активное сотрудничество с местными и республиканскими СМИ. На страницах газет, в эфире теле-радиостанций появляется все больше материалов, подготовленных собственными силами сотрудников этих информационных служб. Вместе с тем, было выявлено, что качество многих пресс-релизов, рассылаемых представителям масс-медиа, оставляет желать лучшего. Не используются такие эффективно зарекомендовавшие себя в международной практике формы как «прямой провод», «горячая линия».

Кроме того выяснилось, что внутреннее направление деятельности информационных служб несколько уступает внешнему. Работа по налаживанию взаимодействия с другими подразделениями органа государственного управления пока еще не носит системного характера, не отрегулирована система внутреннего контроля материалов, подготавливаемых сотрудниками информационных служб.

Исследование показало, что информационные службы изученных нами государственных структур активно используют возможности Интернет-пространства. Каждая из них имеет веб-сайт и целенаправленно пользуется возможностями социальных сетей, таких как Twitter, Facebook, Muloqot uz. Ведется регулярная работа над увеличением оперативности информационного обмена, в том числе и для изучения комментариев пользователей по тем или иным материалам, распространяемым ИС. В то же время, информационным службам

еще нужно многое сделать для совершенствования работы по оказанию интерактивных услуг населению через веб-сайты.

Принимая во внимание все вышесказанное, представляется целесообразным:

- более качественное формирование собственного информационного потока, что достигается тем, что поставка сведений для СМИ должна осуществляться регулярно, масштабно, оперативно, по любому поводу;
- сегментация информационного потока, т.е. создание целевых информационных материалов, «работающих» не вообще, а на совершенно конкретную цель;
- усиление информационного партнерства (с наиболее влиятельными или в наибольшей степени работающими с нужными целевыми аудиториями СМИ);
- расширение арсенала форм взаимодействия со СМИ посредством организации таких форм как «прямой провод», «горячая линия», дискуссии;
- оптимизация формы и стиля подачи материала – приемлемое содержание необходимо «упаковать» в столь же приемлемую форму;
- регулярно обновлять веб-сайты госорганов, особенно в разделах «Нормативно-правовые документы», «Вакантные рабочие места», об исполнении программ развития в экономической и социальных сферах;
- в целях получения онлайн - обращений и запросов от граждан, а также для своевременного на них реагирования расширить возможности веб-сайтов госорганов, введя раздел «Часто задаваемые вопросы»;
- добавление содержанию веб-сайтов информационных служб хокимиятов информации о бюджетах и их освоении, сборе налоговых поступлений и расходах, коммунальных услугах и т.д.

Разумеется, наиболее эффективно эти рекомендации смогут выполнить лишь квалифицированные специалисты по управлению связями с общественностью,

подготовке которых должно и далее уделяться соответствующее внимание и средства.

Думается, реализация этих и других инициатив по созданию и повышению потенциала информационных служб в органах государственной власти позволит в ближайшем будущем добиться значительных результатов в деле дальнейшего продвижения демократических реформ в Узбекистане.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

- Конституция Республики Узбекистан (в редакции Закона от 24.04.2003 г. N 470-II).
- Закон Республики Узбекистан «О средствах массовой информации». 26 декабря 1997 г. www.lex.uz
- Проект Закона «Об открытости деятельности органов государственной власти и управления»// <http://www.norma.uz/publish/doc/text81222> .
- Постановление Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию информационно-коммуникационных технологий» (от 8.07.2005 г. N ПП-117);
- Постановление Кабинета Министров «О совершенствовании нормативно-правовой базы в сфере информатизации» (от 22.11.2005 г. N 256);
- Постановление Кабинета Министров «О мерах по развитию связей с общественностью органов государственного и хозяйственного управления» (от 22.09.2006 г. N 203);
- Постановление Кабинета Министров «О мерах по дальнейшему совершенствованию взаимодействия органов государственного и хозяйственного управления, государственной власти на местах с юридическими и физическими лицами с использованием информационно-коммуникационных технологий» (от 23.08.2007 г. N 181);
- Каримов И.А. Доклад на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан от 12.11 2010г.

х

х

х

- Атаманчук Г.В. Теория государственного управления. – М.: Омега-Л, 2004.- 301 с.
- Василенко И. Связь с общественностью в государственных и местных органах власти: учебное пособие – М.: Международные отношения, 2006.- 287 с.
- Вилер. К. Без эффективной коммуникации нет эффективного управления. Отличительный облик и имидж местной администрации / Перевод с англ. – Обнинск : Институт муниципального управления. – 2002.- 266 с.
- Вылегжанин Д.А. Теория и практика публич рилейшнз: учебн. пособие. – М.: Флинта: МПСИ, 2008.- 376с.

- Государственное управление: основы теории и организации : учебник : в 2т. – т.1 / общ. ред. В.А. Козбаненко. – 2-е изд., с изм. и доп. – М. : Статут, 2002. – 366 с.
- Дюк, А. Технологии работы с общественным мнением на уровне местного самоуправления // Городское управление. – 2003. – № 8. – С. 85–88.
- Катлин С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика. М.: Вильямс, 2001.- 313 с.
- Косимова Н., Бабаджанова Г., Исламова Л. Эффективная коммуникация с общественностью. Практическое пособие для информационных служб. Т. 2013.- 132 с.
- Кочеткова А. PR-планирование в государственной сфере // Пресс-служба. – 2007. – №8.- С. 40-48
- Муминов Ф.А. Паблик рилейшнз: история и теория.- Т. ИД Ijod dunyosi, 2004.
- Почепцов. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М. : Рефм–бук, К. : Ваклер. – 2001.- 387 с.
- Русаков. А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.-
- Саливван М.Х. Ответственная пресс-служба. Взгляд изнутри. Государственный департамент США.// [http:// usinfo. state. gov](http://usinfo.state.gov)
- Таиров А.И. Особенности методов работы государственных служб по связям с общественностью. – Режим доступа: [http:// www.zgia.zp /gazeta/ VISNIK_35_16.pdf](http://www.zgia.zp/gazeta/VISNIK_35_16.pdf)
- Татарина, Г.Н. Современная пресс-служба: учебное пособие . – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2007. – 79 с.
- Усаров О. Давлат хокимияти органларида журналистларни аккредитация қилиш: мажбуриятми ёки зарурият. Т. 2014.-
- Чумиков, А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2006. – 552 с.
- Шишкина, М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления : учебное пособие.- СПб.: Изд-во Паллада-медиа, 2002. – 444 с.
- Юшина. Е.А. Муниципальное управление : учебник . – М. : ФГНУ Российский научный центр государственного и муниципального управления, 2003. – С. 165.

х х х

- Аналитическая справка пресс-службы Государственного Таможенного комитета Республики Узбекистан от 25 апреля 2014 года// Для служебного пользования

- Данные мониторинга, осуществленного в рамках проекта ПРООН ««Поддержка местных органов власти: гражданское участие и партнерство». Руководитель проекта: Д.Исроилов. Автор мониторинга – Е.Канаева//Документ для служебного пользования
- Информационные службы как открытость власти.// «Правда Востока» от 29 мая 2013 г., № 102
 - х х х
- Квартальный бюллетень Проекта UNDP «Поддержка системы местного управления: гражданское участие и партнерство». Выпуск№2, от 2 августа 2012 г.
- Квартальный бюллетень Проекта UNDP «Поддержка системы местного управления: гражданское участие и партнерство». Выпуск№2, от 21 июля 2013 г.
- Отчет информационной службы хокимията Джизакской области // Для служебного пользования
- Официальный сайт хокимията Джизакской области// <http://www.jizzax.uz>.
- Официальный сайт Государственного таможенного комитета Республики Узбекистан//(www.customs.uz)
- Официальный сайт хокимията г. Намангана//www.namangancity.uz