

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/vkr/58323>

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Реклама и PR

Введение 3

Глава 1. Система взаимодействия органов власти с некоммерческими организациями 6

1.1 Теоретические основы организации PR-деятельности муниципальных органов власти 6

1.2 Качественные характеристики информационного взаимодействия во внутригородской среде. Феномен негативной информации 10

1.3. Принципы совершенствования информационного взаимодействия на муниципальном уровне 15

Глава 2 Практика взаимодействия муниципальных органов и НКО 19

2.1 Опыт взаимодействия отдела администрации с некоммерческими организациями округа Муром (на примере Администрации г.Муром) 19

2.2. Основные направления совершенствования PR-деятельности 33

Заключение 35

Библиографический список 37

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы исследования. Органы местного самоуправления на современном этапе являются первичным звеном решения проблем населения и поэтому их основная задача осуществлять эффективное информационное взаимодействие со всеми субъектами территории и получать обратную связь об их потребностях и проблемах.

В то же время некоммерческие организации, являясь частью жизни местного сообщества, владеют широким спектром информации о специфике и проблемных аспектах развития и вполне могут оказать информационное содействие органам власти.

В данном аспекте важно отметить, что за последние годы во многих муниципальных образованиях созданы подразделения, ответственные за формирование эффективного информационного взаимодействия с субъектами социума и создание определенного положительного коммуникационного контакта, в результате которого субъект управления и социум объединят усилия на решение общих проблем и задач. К сожалению процесс взаимодействия органов местного самоуправления и некоммерческих организаций находится на стадии становления и сталкивается со множеством трудностей, связанных с:

- низким уровнем социальной активности и низкой самоорганизацией граждан для решения общественных проблем,
- информационной замкнутостью органов муниципального управления,
- неразвитостью методов и технологий взаимодействия органов управления и некоммерческими организациями,
- отсутствии методологии развития коммуникаций органов управления и некоммерческими организациями.

Таким образом, проблема видится в том, что в современных условиях приоритетная задача органов местного самоуправления по выстраиванию выстраиванию отношений с некоммерческими организациями осуществляется не эффективно, что приводит к снижению уровня вовлеченности последних в решение задач, стоящих перед местным сообществом и отказа от реализации совместных с муниципальными органами власти проектов.

Степень научной разработанности проблемы. Исследованием вопросов информационного взаимодействия занимались отечественные ученые А.Б. Аверкиев, В.Е. Галкин, Н.А. Голубев, Г.Р. Громов, С.Ю. Дронкин, Т.Б. Ершова, К.О. Кабанов, С.Ю. Казанцева, В.В. Кононенко, В.А. Левин, Т.И. Межуева, Р.М. Нижегородцев, С. Паринов, А.И. Рыбников и др. Исследованием данной проблематики были посвящены труды следующих зарубежных специалистов: П. Банерджи, Р. Баумера, С. Бека, Н. Винера, Б. Гейтса, Г. Минса, А. Кирмана, Д. Левирса, Д. Моррисона, Р. Мофазали, Д. Нортона, Дж. Рэйнолдса, Р. Уайза, С. Чена, Х. Уэно и др.

Разработки вышеуказанных авторов имеют большое теоретическое и практическое значение. Однако в их работах не рассмотрены вопросы повышения качества информационного взаимодействия муниципальных органов власти и некоммерческих организаций.

Объектом исследования являются процессы информационного взаимодействия органов власти и некоммерческих организаций.

Предмет исследования – информационное взаимодействие Администрации г.Муром с некоммерческими организациями.

Цель выпускной квалификационной работы заключается в анализе и совершенствовании информационного взаимодействия администрации муниципального образования с некоммерческими организациями (на примере администрации г. Муром).

Для достижения поставленной цели представляется важным решить ряд исследовательских задач:

- изучить теоретические основы организации PR-деятельности муниципальных органов власти,
- выявить качественные характеристики информационного взаимодействия во внутригородской среде и определить феномен негативной информации,
- рассмотреть принципы совершенствования информационного взаимодействия на муниципальном уровне,
- проанализировать опыт взаимодействия отдела администрации с некоммерческими организациями округа Муром (на примере Администрации г.Муром),
- определить основные направления совершенствования PR-деятельности Администрации г. Муром с некоммерческими организациями.

Теоретико-методологические основы исследования составляют законы, закономерности и принципы экономической науки, ее категориальный аппарат, традиционные экономические методы: анализ, синтез и моделирование экономических процессов, системный и комплексный подход к исследуемым явлениям и процессам. В работе использованы ключевые положения трудов отечественных и зарубежных авторов в области информатизации, информационного менеджмента.

Научная новизна исследования заключается в выявленных путем эмпирического анализа направлений совершенствования взаимодействия муниципального органа власти с некоммерческими организациями.

Теоретическая значимость исследования заключается в уточнении принципов и методов информационного взаимодействия органов власти и некоммерческих организаций.

Практическая значимость. Материалы исследования могут быть использованы для оптимизации PR деятельности органов местного самоуправления, а также в образовательных программах по специальности «Государственное и муниципальное управление».

ГЛАВА 1. СИСТЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ ВЛАСТИ С НЕКОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

1.1 Теоретические основы организации PR-деятельности муниципальных органов власти

Связи с общественностью - деятельность в сфере управления, обеспечивающая эффективную коммуникацию субъекта с общественностью на основе принципов правдивости, двухстороннего обмена информацией, достижения баланса интересов и взаимной выгоды. Местное самоуправление - форма осуществления народом своей власти, обеспечивающая самостоятельное и под свою ответственность решение населением непосредственно и (или) через органы местного самоуправления вопросов местного значения исходя из интересов населения с учетом исторических и иных местных традиций .

Такое видение местного самоуправления накладывается и на понимание природы связей с общественностью на данном уровне власти. Во-первых, связи с общественностью выполняют политические функции: обеспечение демократического процесса (в избирательный период PR становятся важным легальным инструментом представления кандидатов), формирование политической элиты, выражение общественного мнения, разрешения политических конфликтов». Во-вторых, связи с общественностью осуществляются в рамках структурного подразделения органов местного самоуправления, а значит, являются частью муниципального управления и означают следование нормам муниципальной службы. В-третьих, учитывая социальный характер деятельности органов местного самоуправления, связи с общественностью призваны осуществляться с учетом социальной ответственности, что также раскрывает морально-нравственную компоненту связей с общественностью в органах местного самоуправления .

Современное развитие связей с общественностью в органах местного самоуправления России обусловлено внешними и внутренними факторами. Внешние факторы могут быть представлены четырьмя группами: транзитный период российской политической системы, реформа местного самоуправления в Российской Федерации, территориальная обусловленность реализации местной власти, институционализация связей с общественностью.

Некоммерческие организации являются частью общественных объединений. Таким образом, формы

взаимодействия некоммерческих организаций и органов местного самоуправления схожи с формами взаимодействия органов МСУ с общественными объединениями. К таким формам относятся: разработка социальных программ, выделение субсидий, информирование о проводимой социально-экономической политике, предоставление льгот, размещение социальных заказов.

НКО могут участвовать в конкурсах на муниципальные заказы, если тематика заказа соответствует их деятельности. Муниципальный заказ - это совокупность контрактов между органом местного самоуправления и коммерческими или некоммерческими организациями на поставку товаров, производство работ и оказание услуг за счет средств местного бюджета. Преимущества НКО при данном взаимодействии с органами местного самоуправления заключается в том, что орган МСУ обязан проводить часть закупок у социально ориентированных некоммерческих организаций или малых предпринимателей. Некоммерческие организации чаще взаимодействуют с населением, поэтому они лучше коммерческих организаций знают о проблемах граждан и путях их решения.

Грант - это финансирование, предназначенное для поддержки общественно-полезной деятельности. Потенциальные получатели денежных средств от органа МСУ это некоммерческие организации, занимающиеся следующими видами деятельности: поддержка материнства и профилактика социального сиротства, защита граждан и социальная поддержка, - улучшение жизни граждан пожилого возраста, оказание правовой поддержки гражданам на безвозмездной основе, оказания услуг адаптации инвалидов, охрана окружающей среды, проекты по развитию дополнительного образования у молодежи, пропаганда здорового образа жизни и охрана здоровья граждан, деятельность в области добровольчества и благотворительности.

В некоторых случаях некоммерческие организации регистрируются с целью поучаствовать в конкурсе и получать субсидии от государства. В других случаях некоммерческие организации регистрируются с целью поучаствовать в государственных проектах и грантовых конкурсах, а так же получать субсидии от государства. Такие организации не являются некоммерческими, следовательно, на них не должны распространяться преференции и льготы. На 2017 год есть разные формы поддержки (облегчение отчетности, регистрации, точечная поддержка) для ИП, ООО и других представителей малого бизнеса, но не для некоммерческого сектора. В связи, с чем некоммерческие организации, содержащие реабилитационные центры и приюты вынуждены сами тратить на налоги часть стоимости проекта. Это связано с тем, что некоммерческие организации, которые претендуют на стимулирующие льготы, должны предоставлять более открытую отчетность о своей деятельности.

Еще одной формой взаимодействия являются общественные советы. Советы созданы для эффективного общения между органами местного самоуправления и некоммерческими организациями. Такие советы собираются, когда нужно решить какой-то вопрос, в котором необходимо участие некоммерческих организаций.

Еще одной формой взаимодействия местного самоуправления и некоммерческих организаций является совместная разработка программ, их координация и контроль над исполнением.

Разобрав все эти формы взаимодействия их можно условно поделить на экономические и неэкономические. Совершенно очевидно, что взаимодействие органов местного самоуправления и некоммерческих организаций необходимо улучшать, поскольку общественные организации эффективнее взаимодействуют с населением. Информированность НКО о потребностях населения, его настроениях может помочь органам МСУ в реализации своей деятельности.

Благодаря деятельности служб по связям с общественностью органы муниципальной власти и управления становятся и механизмом формирования гражданского общества (общества инициативных, законопослушных граждан, знающих свои права и умеющих их отстаивать), и неотъемлемой его частью. Эта позиция основывается на том, что посредством служб по связям с общественностью осуществляется диалог представителей органов управления и населения, который нацелен не только на обмен информацией - в ходе его осуществляется обсуждение и выбор оптимальной с точки зрения всех участников диалога стратегии социального развития, которая должна реализовываться в конкретной тактике управления местной администрации.

Поэтому PR-коммуникации органов муниципальной власти могут стать возможностью осуществления гражданами конституционных прав по принятию общественно значимых решений, что позволяет наполнить идею народовластия реальным содержанием.

Таким образом, как органы местного самоуправления, так и некоммерческие организации заинтересованы в осуществлении активного информационного взаимодействия, которое должно осуществляться для решения задач и проблем местного сообщества. Однако, в данном аспекте представляется важным

определить каким образом, в каких формах и через какие каналы коммуникаций должен осуществлять информационный обмен, чтобы быть максимально полезным и создавать правильный эффект.

1.2 Качественные характеристики информационного взаимодействия во внутригородской среде. Феномен негативной информации

В современных экономических условиях эффективность функционирования органов муниципального управления во многом определяется качеством информационного взаимодействия как внутри, так и в социуме, в действующей городской среде. При этом дело здесь не только в революционном технологическом прорыве в области создания, производства и массового распространения информационно-коммуникационных систем, но и в возрастании значимости и масштабов информационных взаимодействий между людьми, являющимися главными экономическими агентами.

Действующим законодательством (Федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»), определяет формы обратной связи с местным сообществом, тем самым гражданам право влиять на деятельность органов МСУ. Они, например, имеют возможность выступать с правотворческой инициативой, проводить публичные слушания, брать под свою ответственность реализацию собственных инициатив по вопросам местного значения. Все это относится к информационному обмену и взаимодействию субъектов местного сообщества и органов управления.

«Взаимодействие - это процесс непосредственного или опосредованного воздействия объектов (субъектов) друг на друга, порождающий их взаимную обусловленность и связь. Именно причинная обусловленность составляет главную особенность взаимодействия, когда каждая из взаимодействующих сторон выступает как причина другой и как следствие одновременного обратного влияния противоположной стороны, что определяет развитие объектов и их структур»

Взаимодействие, одна из основных методологических категорий, отражающая процессы воздействия различных объектов друг на друга, их взаимную обусловленность и изменение состояния или взаимопереход, а также порождение одним объектом другого. Взаимодействие представляет собой вид непосредственного или опосредованного, внешнего или внутреннего отношения, связи. Свойства объекта могут проявиться и быть познанными только во взаимодействии с другими объектами.

Именно взаимодействие определяет отношение причины и следствия: объект воздействия причины не пассивен - он реагирует и тем самым причинность переходит во взаимодействие. Каждая из взаимодействующих сторон выступает как причина другой и как следствие одновременного обратного влияния противоположной стороны. «Ближайшим образом взаимодействие представляется взаимной причинностью предположенных, обуславливающих друг друга субстанций; каждая есть относительно другой одновременно и активная и пассивная субстанция» .

Сегодня в основе технологического прорыва во всем мире лежит информационная (информационно-коммуникационная) революция. Нынешняя ее стадия была достигнута в результате совместного применения передовых компьютерных и телекоммуникационных технологий. Ее следствием стало появление сложных товаров и услуг, которые, в свою очередь, подразумевают объединение, кооперацию, интеграцию хозяйствующих субъектов, органов управления, общественных организаций.

Под информационным взаимодействием обычно понимается процесс взаимодействия двух и более субъектов, целью и основным содержанием которого является изменение имеющейся информации хотя бы у одного из них.

Качество информационного взаимодействия органов управления и некоммерческих организаций определяется следующими качественными характеристиками:

- устойчивым постоянством – способностью на регулярной основе осуществлять обмен информацией,
- способностью осуществлять передачу необходимых массовых данных,
- способностью использовать современные и эффективные каналы передачи информации,
- минимизацией информационных барьеров и шумов.

Важной задачей органов управления на муниципальном уровне является нивелирование феномена негативной информации, который особенно ярко проявляется во внутригородской среде практически всех муниципалитетов.

Негативная информация - это разножанровая информация в отрицательном свете представляющая обществу (его сегменту) деятельность организации или физического лица и наносящая вред имиджу субъекта.

Классификация негативной информации по А.А. Маркову:

Негативная информация в отношении к администрации (критическая и искажённая), существующая во взаимодействии администрации и общественных организациях.

Негативная информация - это разножанровая информация в отрицательном свете представляющая обществу (его сегменту) деятельность администрации, наносящая вред взаимодействию социальных субъектов.

Критическая информация - это информация, раскрывающая объективно существующие недостатки в деятельности администрации.

Искаженная информация - это вид негативной информации, в которой отдельные факты, сведения, события, явления, цитаты недостоверны и не соответствуют действительности, что искажает смысл всей информации и вводит в заблуждение общество по отношению к администрации.

Сведения компрометирующего характера - публичное оглашение информации о администрации: способных вызвать недоверие к организации, порочащих её репутацию и подрывающих её авторитет.

Некомпетентное управленческое решение - это выбор ошибочной альтернативы, осуществленный руководителем в рамках его должностных полномочий.

Техническая погрешность - отклонения выходной информации от её истинного значения. Это уже не информация

Именно негативная информация является информационной угрозой имиджу субъекта, и ниже мы рассмотрим виды негативной информации и технологии противодействия. Каждый негативный информационный повод имеет свои особенности, свою смысловую окраску, свою тематику, свои формы, свои жанры и, наконец, свои цели. При всем обилии негативной информации ее все же можно классифицировать на четыре вида, обладающие наиболее выраженными типичными чертами, присущими каждому из этих видов.

- критическая информация;
- искаженная информация;
- фальсифицированная информация;
- клеветническая информация.

Критическая информация - это информация, раскрывающая объективно существующие недостатки в деятельности организации. Что же касается физических лиц (например, руководителей государственных органов власти или известных политических и общественных деятелей и пр.), на которых может быть сфокусирована критическая информация, то помимо их деятельности объектом критики могут стать также их различные действия, поведение, проступки, публичные выступления, обнаружившиеся скандальные факты, просчеты, ошибки и т.д., - т.е. все, что персонифицировано с конкретной личностью.

Главной особенностью критической информации является ее достоверность в репродукции (изложении) фактов, событий, явлений, которые действительно имели место. Поводом для критической информации может служить любой факт, событие, явление, претендующие на общественное внимание или общественный интерес.

Наиболее типичные поводы, вызывающие появление различных критических материалов в СМИ, приведены ниже:

- непродуманная (неграмотная, неряшливая, неприличная, невразумительная, глупая) фраза, предложение или реплика, высказанные публично;
- внутренний конфликт в организации;
- скандальная ситуация;
- непрофессиональные решения, действия (деятельность) руководства и (или) персонала организации;
- результаты проверок деятельности организации, имеющие публичный интерес;
- чрезвычайное происшествие по вине организации;
- правонарушение;
- неадекватное публичное поведение;
- достоверные сведения компрометирующего характера;
- некомпетентное управленческое решение (распоряжение) или действие.

Негативная информация наносит ущерб репутации органа власти и дискредитирует его в глазах общественности.

Задача органов местного самоуправления выявить источники и каналы распространения негативной информации и сформировать систему ее нивелирования и формирования положительного информационного

Нормативно-правовые акты

1. Федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // Консультант Плюс
 2. Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" // Консультант плюс
- ## Учебники, монографии, научные статьи
3. Аверкиев А.Б. Инновационная деятельность по созданию информационного пространства управления предприятием на основе реинжиниринга: Дисс. канд. экон. наук. - Волгоград, 2003, С.47
 4. Ачкасова, В. А. Связи с общественностью как социальная инженерия [Текст] / В. А. Ачкасова, М. Л. Бабочиева, Н. Н. Беянина и др.; под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. - СПб.: Речь, 2005. - 336 с.
 5. Бочарова Т.А. Информационно-аналитическая работа в органах исполнительной власти региона: автореф. дис. ... к.с.н. : 22.00.08. - Белгород, 2009. - С.23
 6. Воробьева Е. И. Современные проблемы функционирования некоммерческих организаций в России // Молодой ученый. — 2016. — №21. — С. 577-580. — URL <https://moluch.ru/archive/125/34871/> (дата обращения: 17.04.2019).
 7. Гареева Э.М. Особенности организации деятельности по связям с общественностью в органах местного самоуправления в современной России (на примере г. Казани) // Известия ГСГУ, 2016.
 8. Дмитриева Н.А. Эффективные коммуникации в организации // Приоритетные направления развития образования и науки : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 11 нояб. 2017 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.] – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. – С. 245-246.
 9. Доклад о состоянии гражданского общества в Российской Федерации за 2017 год. – М.: Общественная палата Российской Федерации, 2017. –100.с. 26-27 с.
 10. Игебаева Ф.А. Роль коммуникаций в системе управления. В сборнике: социальные технологии в менеджменте человеческих ресурсов: российский и зарубежный опыт. Сборник материалов I Международной научно-практической конференции. 2004. С.116 – 119
 11. Информационная политика: Учебник // Под общ.ред. В.Д. Попова. - М.: РАГС, 2003.
 12. Каймакова, М. В. Коммуникации в организации: текст лекций / М. В. Каймакова. - Ульяновск : УлГТУ, 2008.
 13. Климова Регина Олеговна Роль связей с общественностью в деятельности некоммерческой организации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. №3 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-svyazey-s-obschestvennostyu-v-deyatelnosti-nekommercheskoj-organizatsii> (дата обращения: 17.04.2019).
 14. Кондратьев, Э. Связи с общественностью: учеб. пособие для высш. шк. [Текст] / Э. Кондратьев, Р. Абрамов; под ред. С. Д. Резника. - М. : Акад. Проект, 2004. - 432 с.
 15. Красковский А.А. Коммуникации в организации. Причины проблем и способы их предупреждения // Студенческий форум: электрон. научн. журн. 2017. № 1(1). URL: <https://nauchforum.ru/journal/stud/1/18406> (дата обращения: 17.04.2019).
 16. Кривоносов, А. Д. Основы пиарологии (науки о связях с общественностью): учебное пособие для вузов [Текст] / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - СПб.: Роза мира, 2008. - 410 с.
 17. Кузнецов Ю.В., Мелякова Е.В. Теория организации: Учебник для бакалавров. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 365 с.
 18. Курячая М. М. Опрос граждан как форма участия населения в решении вопросов государственного управления в субъектах Российской Федерации // Конституционное и муниципальное право. 2015. № 5. С. 39–46.
 19. Лещукова И.В. Эффективность коммуникаций в организации // Инновационная наука. 2016. №12-3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-kommunikatsiy-v-organizatsii> (дата обращения: 17.04.2019).
 20. Марков А.А. коммуникационные технологии в связях с общественностью. Учебное пособие. [Электронный ресурс] / А.А. Марков. — Спб.: Издательский центр «Золотая книга», 2008. — 121 с. — Режим доступа: <http://elitalitera.ru/>
 21. Марков А.П. Проектирование маркетинговых коммуникаций. М.: Прогресс, 2014. – 233 с.
 22. Мельман В.А. Система внутренних коммуникаций в организации // «Провизор». – 2008. – №15.
 23. Почепцов, Г. Г. Паблик рилейшенз для профессионалов [Текст] / Г. Г. Почепцов. - М.: Ва-клер, 2005. - 255 с.
 24. Пушкарева Г.В. Информационные технологии в принятии государственных решений: современный тенденции // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. - 2009. - № 2. - Том 2. - С. 129

25. Руденко М. О. Негативная медийная информация и ее влияние на человека // Медиаобразование. 2014. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/negativnaya-mediynaya-informatsiya-i-ee-vliyanie-na-cheloveka> (дата обращения: 11.04.2019).
26. Хижняков Д.П. Информационно-коммуникационные барьеры в региональной практике государственного управления // Современные проблемы науки и образования. – 2011. – № 5.; URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=4826> (дата обращения: 14.04.2019).
27. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика [Текст] / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2006. - 552 с.
28. Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. СПб., 2002, С. 165.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/vkr/58323>