

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского

Савинова О.Н., Болдина К.А.

Связи с общественностью в органах власти и управления

Учебно-методическое пособие

Рекомендовано методической комиссией Института филологии и журналистики
для студентов ННГУ, обучающихся по направлениям подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
42.04.02 «Журналистика»

Нижегород
2025 год

УДК 659(075.8)
ББК С842.6я73
Б-79

Савинова О.Н., Болдина К.А. Связи с общественностью в органах власти и управления: учебно-методическое пособие / О.Н. Савинова, К.А. Болдина. — Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2025. — 51 с.

Рецензент: Рацибурская Л.В., д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой современного русского языка и общего языкознания Института филологии и журналистики ННГУ им. Н.И. Лобачевского

Учебно-методическое пособие «Связи с общественностью в органах власти и управления» предназначено для студентов 3 курса бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления»), а также для магистрантов направления подготовки 42.04.02 «Журналистика» (профиль «Журналистика и связи с общественностью в системе массовой коммуникации»). Пособие включает план лекционных занятий, план семинарских и практических занятий (перечень дискуссионных тем), задания для самостоятельной работы, список рекомендуемых источников основных и дополнительных материалов для изучения, перечень контрольных вопросов.

Ответственный за выпуск:
заместитель директора Института филологии и журналистики ННГУ
по методической работе,
Председатель методической комиссии ИФИЖ
к.ф.н., доцент **Л.С. Макарова**

© Савинова О.Н., Болдина К.А.
© Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ПЛАН ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ.....	6
ПЛАН СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ.....	27
ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ.....	34
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ.....	43
ЛИТЕРАТУРА.....	45

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире связи с общественностью (PR) в органах власти и управления играют ключевую роль в обеспечении прозрачности, открытости и эффективности государственного управления. В условиях цифровой трансформации и роста значимости информационных технологий, коммуникации между государственными структурами и обществом становятся все более сложными и многогранными. Социальные сети, мессенджеры и другие цифровые платформы предоставляют новые возможности для взаимодействия, но одновременно ставят перед PR-специалистами задачи, связанные с управлением информационными потоками, предотвращением кризисов и формированием позитивного имиджа государственных органов.

Одной из основных проблем, с которыми сталкиваются PR-службы в органах власти, является необходимость адаптации к быстро меняющимся условиям медиaprостранства. Традиционные методы коммуникации уступают место инновационным подходам, которые требуют от специалистов по связям с общественностью не только глубоких знаний в области PR, но и понимания специфики работы государственных структур. В условиях высокой конкуренции за внимание аудитории, государственные органы вынуждены искать новые способы взаимодействия с гражданами, чтобы оставаться актуальными и заслуживать доверие общества.

Кроме того, на фоне роста информационной перегрузки и распространения дезинформации, PR-службы сталкиваются с необходимостью разработки стратегий, которые позволят эффективно противостоять негативным информационным атакам и поддерживать репутацию государственных органов. Это требует от специалистов не только профессиональных навыков, но и высокого уровня этической ответственности, поскольку их действия напрямую влияют на восприятие власти обществом.

Учебно-методическое пособие «Связи с общественностью в органах власти и управления» призвано систематизировать знания и практические навыки, необходимые для успешной работы в сфере государственных коммуникаций. Оно отражает основную программу курса, который преподается студентам бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления»), а также магистрантам направления подготовки 42.04.02 «Журналистика» (профиль «Журналистика и связи с общественностью в системе массовой коммуникации»). Пособие включает теоретические материалы, практические задания и рекомендации, которые помогут будущим специалистам освоить ключевые аспекты работы в PR-службах государственных органов.

Целями освоения курса являются: формирование у студентов понимания роли и места связей с общественностью в системе государственного управления; развитие навыков разработки и реализации коммуникационных стратегий;

освоение методов работы с традиционными и новыми медиа; формирование умения анализировать и прогнозировать информационные риски; развитие профессиональной ответственности и этической грамотности в работе с общественностью.

Курс направлен на развитие таких качеств будущих специалистов, как умение эффективно взаимодействовать с различными целевыми аудиториями, способность разрабатывать и реализовывать PR-кампании, владение навыками работы в кризисных ситуациях, а также понимание важности соблюдения этических норм в профессиональной деятельности.

Особое внимание в рамках курса уделяется выполнению практических заданий, которые позволяют студентам наработать необходимые для будущей профессиональной деятельности компетенции. В результате освоения курса студенты должны уметь разрабатывать коммуникационные стратегии, готовить информационные материалы, организовывать мероприятия для СМИ и эффективно взаимодействовать с общественностью в условиях цифровой трансформации.

ПЛАН ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Информационное пространство страны: процессы, поле, признаки и цели формирования

Теоретические основы концепции информационного пространства. Соотношение понятий «информационное пространство», «информационная среда», «медиасреда». Структурные элементы информационного пространства: информационные ресурсы, средства информационного взаимодействия, информационная инфраструктура. Субъекты информационного взаимодействия.

Свойства и характеристики информационного пространства. Целостность и связность. Иерархичность и системность. Динамичность и устойчивость. Масштабируемость и территориальная распределенность. Социальная обусловленность. Технологическая основа функционирования информационного пространства.

Информационные процессы в современном обществе. Создание, распространение, хранение и использование информации. Жизненный цикл информации. Методы и технологии работы с информацией. Информационные потоки и барьеры. Проблема информационной перегрузки. Верификация информации в современном обществе.

Цифровая трансформация информационных процессов. Влияние цифровых технологий на формирование и развитие информационного пространства. Новые форматы создания и потребления информации. Особенности цифровой коммуникации. Проблема цифрового неравенства: технологические, социальные и образовательные аспекты.

Структура современного информационного пространства. Глобальное и национальное информационное пространство. Уровни организации информационного пространства: федеральный, региональный, муниципальный. Секторы информационного пространства: государственный, коммерческий, общественный. Медиасистема как элемент информационного пространства.

Тенденции развития информационного пространства. Конвергенция информационных и коммуникационных технологий. Трансформация моделей создания и распространения контента. Изменение паттернов информационного поведения. Новые информационные угрозы и вызовы. Перспективные направления развития информационного пространства.

Материалы по теме:

1. Васильева, М. М. Становление информационного общества в России в условиях глобального информационного пространства / М. М. Васильева // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. — 2020. — № 3(840). — С. 50-58.

2. Засурский, Я. Н. Глобальная структура международной информации / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2012. — № 3. — С. 101-115.
3. Засурский, Я. Н. Колонка редактора: Сайты расширяют информационное пространство / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2009. — № 4. — С. 3-6.
4. Засурский, Я. Н. Мобильный телефон как фактор развития информационного общества / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2009. — № 2. — С. 5-12.
5. Менлиева, А. Информационная пространство: анализ информационной среды и каналов коммуникаций / А. Менлиева, Ы. Какаджыков, М. Халлыева // Вестник науки. — 2024. — Т. 3, № 1(70). — С. 673-678.
6. Соловьева, Н. В. Стратегия развития информационного общества как основа формирования единого информационного пространства / Н. В. Соловьева // Право и государство: теория и практика. — 2019. — № 4(172). — С. 104-109.

Тема 2. Государственная информационная политика и её влияние на деятельность PR-служб

Сущность и основные направления государственной информационной политики (ГИП). Цели и задачи ГИП в современных условиях. Принципы формирования и реализации государственной информационной политики. Субъекты и объекты ГИП. Уровни реализации информационной политики: федеральный, региональный, муниципальный.

Нормативно-правовые основы государственной информационной политики. Доктрина информационной безопасности РФ. Стратегия развития информационного общества. Законодательство в сфере информации и массовых коммуникаций. Регулирование деятельности средств массовой информации и интернет-ресурсов.

Механизмы реализации государственной информационной политики. Система государственных информационных ресурсов. Государственные программы в информационной сфере. Координация деятельности органов власти в реализации ГИП. Взаимодействие государства с институтами гражданского общества в информационной сфере.

Влияние ГИП на организацию работы PR-служб государственных органов. Приоритеты и ограничения в информационной деятельности государственных структур. Стандарты информационной открытости органов власти. Требования к официальным информационным ресурсам государственных органов. Регламенты информационного взаимодействия.

Роль PR-служб в реализации государственной информационной политики. Участие в формировании единого информационного пространства. Обеспечение информационной безопасности в деятельности государственных органов.

Противодействие дезинформации и информационным манипуляциям. Продвижение государственных инициатив в информационном пространстве.

Оценка эффективности реализации государственной информационной политики. Критерии и показатели эффективности ГИП. Мониторинг информационной открытости органов власти. Общественный контроль в сфере государственной информационной политики. Международные рейтинги развития информационного общества.

Материалы по теме:

1. Доктрина информационной безопасности РФ // Указ президента Российской Федерации от 05.12.2006 г. №646 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41460> — Дата обращения: 12.02.2025.
2. Доронина И.М. Медиаправо и медиабезопасность: учебное пособие для вузов / Доронина И. М. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 184 с. <https://reader.lanbook.com/book/440096?demoKey=e4fbc0acbbe7de3b62ceb6135fbf61ba#10>
3. Концепция государственной информационной политики РФ // Государственная публичная научно-техническая библиотека России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb2000/6/f06_01.html — Дата обращения: 12.02.2025.
4. Мониторинг региональной информатизации // сайт Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/783/> — Дата обращения: 12.02.2025.
5. Стратегия развития информационного общества РФ // Указ президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. №203 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://static.kremlin.ru/media/acts/files/0001201705100002.pdf> — Дата обращения: 12.02.2025.

Тема 3. Понятия «государственная служба», «государственное и муниципальное управление»

Определение и сущность понятия «государственная служба». Государственная служба как социальный, правовой и организационный институт. Правовые основы государственной службы в Российской Федерации. Виды государственной службы: гражданская, военная, правоохранительная.

Государственное управление как система принятия политических и административных решений. Соотношение понятий «государственное

управление» и «муниципальное управление». Особенности муниципального управления как формы публичной власти. Принципы организации местного самоуправления.

Структура органов государственной власти в РФ. Федеральный, региональный и муниципальный уровни управления. Разделение полномочий между уровнями власти. Исполнительные органы государственной власти: структура, функции, полномочия.

Государственный служащий: правовой статус, права, обязанности, ограничения и запреты. Квалификационные требования к государственным служащим. Категории и группы должностей государственной гражданской службы. Принципы профессиональной служебной деятельности.

Взаимодействие органов государственной власти с гражданским обществом. Принципы открытости и прозрачности в деятельности государственных органов. Механизмы общественного контроля за деятельностью органов власти. Роль средств массовой информации в обеспечении открытости государственного управления.

Материалы по теме:

1. Борщевский, Г. А. Государственная служба : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 305 с. <https://urait.ru/book/gosudarstvennaya-sluzhba-559447>
2. Государственная и муниципальная служба : учебник для вузов / Е. В. Охотский [и др.] ; под общей редакцией Е. В. Охотского. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 400 с. <https://urait.ru/book/gosudarstvennaya-i-municipalnaya-sluzhba-560373>
3. Органы власти в РФ: структура и полномочия // сайт Государственной Думы РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://duma.gov.ru/news/49137/> — Дата обращения: 12.02.2025.
4. ФЗ «О системе государственной службы Российской Федерации» от 27.05.2003 N 58-ФЗ // КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_42413/ — Дата обращения: 12.02.2025.

Тема 4. Исторические типы связи государственной службы с общественностью

Эволюция взаимоотношений власти и общества: от древности к современности. Особенности коммуникации власти и общества в традиционных обществах. Роль глашатаев, герольдов и вестников как первых представителей информационной службы государства. Публичные выступления правителей как форма прямой коммуникации с народом.

Развитие государственных коммуникаций в эпоху Средневековья и Возрождения. Появление первых печатных информационных листков и правительственных газет. Формирование института придворных летописцев и хронистов. Церковь как посредник в коммуникации между властью и обществом.

Теория рациональной бюрократии М. Вебера. Трансформация связей с общественностью в эпоху становления национальных государств (XVII-XIX вв.). Появление регулярной правительственной прессы. Формирование первых пресс-бюро и информационных служб при органах власти. Развитие парламентской публичной коммуникации. Роль публичных дебатов и политической риторики.

Государственные коммуникации в XX веке. Влияние мировых войн на развитие государственной пропаганды. Появление радио и телевидения как новых каналов коммуникации власти с обществом. Формирование профессиональных служб по связям с общественностью в государственных структурах. Концепция «паблик рилейшнз» и ее внедрение в практику государственного управления. Модель «отзывчивой бюрократии» Комаровского В.С.

Современный этап развития связей с общественностью в органах власти. Влияние цифровизации на государственные коммуникации. Социальные сети и мессенджеры как новые каналы взаимодействия с гражданами. Концепция электронного правительства и открытых данных. Тенденция к персонализации коммуникации между властью и обществом.

Особенности развития государственных коммуникаций в России. От приказов глашатаев к «Ведомостям» Петра I. Советский опыт государственной пропаганды. Становление современной системы связей с общественностью в российских органах власти. Специфика взаимодействия власти и общества в цифровую эпоху.

Материалы по теме:

1. Володенков С.В. *Политическая коммуникация: учебник и практикум для вузов* / С. В. Володенков, Т. В. Евгеньева, А. И. Соловьев ; под редакцией Т. В. Евгеньевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 77 с. <https://urait.ru/book/politicheskaya-kommunikaciya-569109>
2. Евгеньева Т.В. *Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов* / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 250 с. <https://urait.ru/book/psihologiya-massovoy-politicheskoy-kommunikacii-563544>
3. *Управление общественными отношениями: Учебник / под ред. Комаровского В.С. М.: РАГС, 2003. — 352 с.*

4. Савинова О.Н. Власть и общество: на пути к диалогу (региональный аспект). Монография — Н.Новгород, 1998. — 144 с.

Тема 5. Политическая культура, политическое участие, взаимоотношения с общественностью

Понятие и сущность политической культуры. Структура политической культуры: политические знания, убеждения, установки, ценности и модели политического поведения. Типология политической культуры по Г. Алмонду и С. Вербе: патриархальная, подданническая, активистская. Особенности политической культуры современной России.

Политическое участие как форма взаимодействия граждан с властью. Виды и формы политического участия: электоральное поведение, участие в политических организациях, гражданских инициативах и движениях. Факторы, влияющие на политическое участие: социально-экономические, культурные, психологические. Абсентеизм и его причины.

Механизмы взаимодействия власти и общественности. Институциональные формы участия граждан в управлении: общественные палаты, советы, экспертные группы. Публичные слушания как инструмент общественного участия. Роль некоммерческих организаций в системе взаимодействия власти и общества.

Гражданское общество и его институты в системе политической коммуникации. Общественные объединения как канал выражения интересов различных социальных групп. Лоббизм и группы интересов в политическом процессе. Правовые и этические аспекты лоббистской деятельности.

Политическая социализация и формирование гражданской позиции. Агенты политической социализации: семья, система образования, СМИ, общественные организации. Роль государственных органов в формировании политической культуры. Гражданское образование и просвещение как инструменты развития политического участия.

Материалы по теме:

1. Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура и стабильность демократии // «Полис» (Политические исследования) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.civisbook.ru/publ.html?id=3> — Дата обращения: 15.03.2023.
2. Бунаков, М. Ю. Политическая культура как часть общей культуры и элемент политической системы / М. Ю. Бунаков, Н. С. Гуляев // Психолого-педагогические проблемы безопасности человека и общества. — 2012. — № 3(16). — С. 5-9.
3. Гуляихин В.Н. Архетипы политической культуры российских граждан // Социодинамика [Электронный ресурс]. — Режим доступа:

4. Тульчинский Г. Л. *Российская политическая культура: особенности и перспективы*. — СПб: Алетейя, 2015. — 176 с.

Тема 6. Коммуникация в сфере органов государственной власти и управления

Системные характеристики коммуникации в государственном управлении. Структура и функции коммуникации в системе государственной власти. Специфика государственной коммуникации как формы социального взаимодействия. Иерархический характер коммуникаций. Нормативность и формализованность коммуникационных процессов. Публичность как основополагающий принцип государственных коммуникаций.

Внутриорганизационные коммуникации в органах власти. Вертикальные и горизонтальные коммуникационные потоки. Формальные и неформальные каналы коммуникации. Документооборот как основа внутренних коммуникаций. Система электронного документооборота. Регламенты межведомственного взаимодействия. Координация информационных потоков между подразделениями.

Особенности политических технологий в системе государственных коммуникаций. Механизмы формирования общественного мнения. Технологии управления информационными потоками. Специфика принятия политических и административных решений. Роль экспертного сообщества в системе государственных коммуникаций.

Коммуникативная компетентность государственных служащих. Требования к коммуникативным навыкам госслужащих. Культура деловой коммуникации в органах власти. Этические аспекты государственной коммуникации. Развитие коммуникативных компетенций государственных служащих. Коммуникативные стандарты государственной службы.

Барьеры коммуникации в системе государственного управления. Бюрократические барьеры и способы их преодоления. Информационная перегрузка и фильтрация информации. Проблемы межведомственного взаимодействия. Коммуникативные конфликты в системе государственного управления. Организационные и технологические препятствия в государственных коммуникациях.

Инновационные подходы к организации коммуникаций в органах власти. Цифровая трансформация государственных коммуникаций. Внедрение новых коммуникативных практик. Адаптация коммерческих коммуникативных технологий в государственном секторе. Перспективные направления развития системы государственных коммуникаций.

Материалы по теме:

1. Богатырева, А. А. Роль PR-коммуникаций в деятельности органов государственной власти / А. А. Богатырева, Т. А. Налчаджи, И. А. Федоренко // *Актуальные вопросы гуманитарных и общественных наук : Сборник научных трудов, приуроченный к году науки и технологий. Том Часть 2.* — Нальчик : Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова, 2021. — С. 298-301.
2. Димант, Я. А. Оптимизация внутренних коммуникаций в системе органов государственной власти / Я. А. Димант // *Перевод, реклама и PR в современной коммуникации.* — 2023. — Т. 1. — С. 79-83.
3. Киричек, А. И. Диалоговые коммуникации органов публичной власти с населением: современное состояние и перспективы развития / А. И. Киричек // *Наукофера.* — 2021. — № 12-1. — С. 100-110.
4. Малыхина, Д. М. Оценка эффективности коммуникации органов власти с населением / Д. М. Малыхина, О. Н. Митрофанова // *Инновационная экономика и право.* — 2023. — № 4(27). — С. 13-21.
5. Типовой кодекс этики и служебного поведения государственных служащих Российской Федерации и муниципальных служащих // *Гарант [Электронный ресурс].* — Режим доступа: <https://base.garant.ru/55171108/> — Дата обращения: 12.02.2025.

Тема 7. Организация и структура службы по связям с общественностью в органах исполнительной региональной власти

Место и роль службы по связям с общественностью в структуре региональных органов исполнительной власти. Нормативно-правовая база деятельности PR-подразделений. Положение о службе по связям с общественностью: структура и содержание документа. Административная подчиненность и порядок взаимодействия с другими подразделениями.

Типовая структура PR-службы в региональных органах власти. Пресс-центр: функции и направления работы. Информационно-аналитический отдел: задачи и компетенции. Отдел по работе с обращениями граждан. Протокольная служба. Распределение обязанностей и должностные инструкции сотрудников.

Кадровое обеспечение службы по связям с общественностью. Квалификационные требования к руководителю и сотрудникам. Профессиональные компетенции специалиста по связям с общественностью в государственных структурах. Система подготовки и повышения квалификации кадров.

Материально-техническое и информационное обеспечение деятельности PR-службы. Организация рабочего пространства. Программное обеспечение и технические средства. Формирование и ведение баз данных. Система электронного документооборота. Архивирование информации.

Планирование работы службы по связям с общественностью. Стратегическое и тактическое планирование. Медиапланирование. Календарное

планирование мероприятий. Система отчетности и оценки эффективности деятельности. Ключевые показатели эффективности (KPI) PR-службы.

Особенности взаимодействия PR-службы с руководством органа власти. Подготовка информационных материалов для руководителя. Организация публичных выступлений. Информационное сопровождение деятельности первых лиц.

Материалы по теме:

1. *Ким, М. Н. Пресс-служба органов государственной власти: формы и методы деятельности / М. Н. Ким // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС. — 2023. — Т. 14, № 4(61). — С. 254-259.*
2. *Куприец, А. Ю. Пресс-служба в органах государственного управления: роль и задачи / А. Ю. Куприец // Современные проблемы науки, общества и образования : Сборник статей III Международной научно-практической конференции, Пенза, 23 мая 2022 года. — Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2022. — С. 149-151.*
3. *Методические рекомендации по реализации принципов открытости в федеральных органах исполнительной власти // КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164953/03e9ddfc9ee712edca0210e7e2d9ee8591ea86b3/ — Дата обращения: 12.02.2025.*
4. *О пресс-службе Совета Федерации РФ // Сайт Совета Федерации РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://council.gov.ru/events/smi/press-service/> — Дата обращения: 12.02.2025.*
5. *Положение об Управлении пресс-службы и информации президента Российской Федерации // КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_47750/1cd630704a8bd03d76594d42582072e2c164a887/ — Дата обращения: 12.02.2025.*
6. *Савинова О.Н. Власть и общество: на пути к диалогу (региональный аспект). Монография — Н.Новгород, 1998. — 144 с.*

Тема 8. Правовые основы деятельности PR-служб в государственных структурах

Конституционные основы права на информацию. Реализация принципа информационной открытости органов власти. Конституционные гарантии свободы массовой информации. Право граждан на доступ к информации о деятельности государственных органов. Ограничения на распространение информации в интересах государства и общества.

Законодательное регулирование деятельности PR-служб. Федеральный закон «О средствах массовой информации»: права и обязанности PR-служб при работе со СМИ. Закон «О государственной тайне»: классификация информации ограниченного доступа. Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»: требования к распространению информации.

Правовые аспекты работы с государственными информационными ресурсами. Требования к официальным сайтам государственных органов. Регламенты размещения информации. Обязательные категории публикуемой информации. Защита персональных данных при информационном взаимодействии. Ответственность за нарушение требований к государственным информационным ресурсам.

Материалы по теме:

1. Закон РФ «О государственной тайне» // КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_2481/?ysclid=m71tfsn4k493139260 — Дата обращения: 12.02.2025.
2. Закон РФ «О средствах массовой информации» // КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/?ysclid=m71te9gzom883702006 — Дата обращения: 12.02.2025.
3. О госабликах // Сайт Министерства цифрового развития Республики Дагестан [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://dagestan.digital/activity/11263> — Дата обращения: 12.02.2025.
4. ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ // КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ — Дата обращения: 12.02.2025.
5. ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» от 09.02.2009 N 8-ФЗ // КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_84602/?ysclid=m71thnhlhc998044944 — Дата обращения: 12.02.2025.

Тема 9. Принципы работы и направления деятельности службы по связям с общественностью в органах власти и управления

Базовые принципы деятельности PR-службы в государственных структурах. Принцип открытости и доступности информации. Принцип достоверности и объективности информирования. Принцип социальной ответственности. Принцип упреждающего действия. Принцип интеграции и

координации. Принцип непрерывности коммуникации. Принцип системности и комплексности в работе PR-службы.

Стратегические приоритеты PR-службы в органах власти. Обеспечение информационной открытости государственного органа. Формирование позитивного имиджа власти. Развитие диалога между властью и обществом. Повышение уровня доверия к государственным институтам. Содействие реализации государственной политики. Поддержка процессов модернизации государственного управления.

Роль PR-службы в системе государственного управления. Информационно-аналитическое обеспечение принятия управленческих решений. Коммуникационная поддержка государственных программ и проектов. Участие в формировании государственной информационной политики. Обеспечение обратной связи между властью и обществом. Управление репутацией государственного органа.

Современные тенденции в деятельности государственных PR-служб. Цифровизация коммуникационных процессов. Персонализация коммуникаций с гражданами. Развитие партисипативных практик. Интеграция различных каналов коммуникации. Усиление роли визуальных коммуникаций. Развитие проактивных коммуникационных стратегий.

Материалы по теме:

1. Алимов, М. В. Формирование системы обратной связи в управлении пресс-службы и информации Администрации Президента Российской Федерации / М. В. Алимов // *Коммуникология: электронный научный журнал*. — 2023. — Т. 8, № 2. — С. 25-34.
2. Кравцов, В. В. Деятельность пресс-службы в органах исполнительной власти / В. В. Кравцов // *Идеи и новации*. — 2021. — Т. 9, № 2. — С. 66-75.
3. Мироненко, К. В. Структура и задачи пресс-службы государственного учреждения / К. В. Мироненко, Н. Н. Скрипникова // *Профессиональные компетенции государственных служащих: формирование и развитие : материалы всероссийской научно-практической конференции, Воронеж, 26 апреля 2018 года / ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Воронежский филиал; Редакционная коллегия: Е. М. Лещенко, О. И. Марар, И. В. Потанина, К. В. Мироненко. — Воронеж: Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2018. — С. 225-228.*

Тема 10. Медиапространство региона: системный анализ

Понятие и структура регионального медиапространства. Теоретические подходы к анализу медиапространства. Соотношение понятий

«медиапространство», «информационное поле», «медиасреда». Системные характеристики регионального медиапространства. Границы и уровни медиапространства региона. Факторы, определяющие специфику регионального медиапространства.

Субъекты регионального медиапространства. Типология участников медиапространства: производители контента, распространители информации, регуляторы, потребители. Иерархия и взаимосвязи между субъектами. Особенности взаимодействия региональных и федеральных субъектов медиапространства. Роль органов власти в региональном медиапространстве.

Региональная медиасистема как структурный элемент медиапространства. Типологические характеристики региональных медиа. Экономические модели функционирования региональных СМИ. Специфика региональных государственных и частных медиа. Влияние региональной специфики на характер медиасистемы.

Региональная специфика медиапотребления. Особенности информационных потребностей региональной аудитории. Факторы, влияющие на выбор источников информации. Роль традиционных и новых медиа в региональном медиапространстве. Медиапредпочтения различных социальных групп региона.

Трансформация регионального медиапространства в цифровую эпоху. Влияние цифровизации на структуру медиапространства. Изменение моделей медиапотребления. Конвергенция традиционных и новых медиа. Развитие региональных онлайн-медиа. Специфика функционирования социальных медиа в региональном пространстве.

Перспективы развития регионального медиапространства. Тенденции трансформации региональной медиасистемы. Факторы устойчивости и изменчивости медиапространства. Влияние технологических инноваций на региональные медиа. Новые форматы и модели функционирования региональных медиа.

Материалы по теме:

1. Дзялошинский И.М. *Современное медиапространство России: Учеб. пособие для студентов вузов / И. М. Дзялошинский.* — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2015. — 312 с. <https://znanium.ru/catalog/document?id=343653>
2. Каминская, Т. Л. *Региональное медиаполе: векторы развития / Т. Л. Каминская // Вестник Новгородского государственного университета.* — 2013. — № 73-1. — С. 20-23.
3. Колосова, А. А. *Новые СМИ как символ трансформации медиаландшафта информационного общества / А. А. Колосова, А. А. Шнайдер // Филологические науки. Вопросы теории и практики.* — 2016. — № 4-1(58). — С. 20-23.

4. Чумиков, А. Н. *Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебник для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 199 с. <https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-i-mediakommunikacii-520599>*

Тема 11. Технологии взаимодействия с традиционными СМИ и новыми медиа

Специфика работы с различными типами СМИ. Особенности подготовки материалов для печатных изданий: требования к структуре и стилю текста, форматы подачи информации, работа с иллюстративным материалом. Подготовка материалов для телевидения: специфика видеоконтента, требования к съемке, стандарты синхронизации и стендапов. Работа с радио: форматы аудиоматериалов, требования к звуку, специфика прямого эфира. Особенности подготовки материалов для информационных агентств и интернет-СМИ.

Организация работы пресс-службы со СМИ. Формирование и ведение базы СМИ и журналистов. Принципы построения медиакарты. Правила аккредитации журналистов. Организация пресс-туров и пресс-пулов. Регламенты работы со СМИ в повседневном и экстренном режимах. Особенности работы с различными категориями журналистов.

Технологии подготовки информационных материалов. Создание пресс-релизов: структура, стиль, форматы. Подготовка пресс-китов и бэкграундеров. Написание заявлений для прессы и официальных комментариев. Разработка информационных справок и досье. Подготовка биографических материалов и справочной информации. Особенности подготовки эксклюзивных материалов.

Организация специальных мероприятий для СМИ. Подготовка и проведение пресс-конференций: выбор формата, составление программы, подготовка спикеров. Организация брифингов и пресс-подходов. Проведение пресс-завтраков и неформальных встреч с журналистами. Технологии организации онлайн-мероприятий для прессы.

Работа с новыми медиа и социальными сетями. Специфика создания контента для различных цифровых платформ. Форматы подачи информации в социальных сетях. Визуализация контента: инфографика, видео, анимация. Особенности коммуникации в мессенджерах.

Материалы по теме:

1. Ланцева, К. М. *Применение эффективных технологий медиапланирования государственными структурами / К. М. Ланцева // Актуальные вопросы науки и практики : сборник научных статей по материалам IX Международной научно-практической конференции, Уфа, 01 ноября 2022 года. — Уфа: Общество с ограниченной*

- ответственностью «Научно-издательский центр «Вестник науки», 2022. — С. 184-191.
2. Ли, С. Работа со СМИ как метод пиара / С. Ли // *Научный аспект*. — 2021. — Т. 1, № 4. — С. 114-117.
 3. Никитин, М. И. Организация работы со СМИ / М. И. Никитин // *Коммуникатор — XXI : Избранные лекции для студентов отделения журналистики и рекламы по дисциплинам специальности и специализации. Том Часть 5*. — Москва : Московский гуманитарный институт им. Е.Р. Дашковой, 2011. — С. 68-77.
 4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебник для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 185 с. <https://urait.ru/book/podgotovka-reklamnogo-i-pr-teksta-563394>

Тема 12. Целевые аудитории паблик рилейшнз в политике

Специфика сегментации аудиторий в политической коммуникации. Критерии выделения целевых групп в политике: социально-демографические, психографические, поведенческие характеристики. Электоральные группы и их особенности. Типология политического поведения и участия. Факторы политической активности различных социальных групп.

Ключевые группы влияния в политическом пространстве. Политические элиты и лидеры мнений. Бизнес-сообщество как субъект политической коммуникации. Общественные организации и гражданские активисты. Профессиональные сообщества и экспертные группы. Молодежные политические организации. Роль региональных элит в политическом процессе.

Психологические особенности восприятия политической информации различными целевыми группами. Когнитивные и эмоциональные аспекты восприятия политических сообщений. Стереотипы и установки в политической коммуникации. Механизмы формирования политических предпочтений. Особенности политической социализации различных групп.

Специфика работы с электоральными группами. Портрет избирателя: методика составления и анализа. Мотивация электорального поведения. Факторы, влияющие на политический выбор. Особенности работы с активным и пассивным электоратом. Технологии повышения электоральной активности. Специфика работы с колеблющимся электоратом.

Особенности коммуникации с различными возрастными группами в политике. Молодежная аудитория: ценности, интересы, форматы взаимодействия. Работа со средним возрастом: профессиональные и социальные аспекты. Специфика коммуникации с пожилым электоратом. Гендерные особенности политической коммуникации.

Территориальные особенности работы с целевыми группами. Специфика городского и сельского электората. Региональные особенности политической коммуникации. Учет этнических и конфессиональных факторов при работе с

целевыми группами. Особенности политической коммуникации в различных территориальных образованиях.

Материалы по теме:

1. Асеев, И. П. Способы взаимодействия органов государственной власти с целевой аудиторией / И. П. Асеев, Д. А. Рыбаков // *Управление организационно-экономическими системами : Сборник трудов научного семинара студентов и аспирантов института экономики и управления. В 2-х частях, Самара, 18–23 ноября 2019 года / Под общей редакцией О.В. Павлова. Том Выпуск 20. Часть 2. — Самара: Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, 2020. — С. 16-22.*
2. Ежова, Е. Н. Взаимодействие органов власти с целевыми группами: трансформация коммуникационных технологий в эпоху цифровизации (региональный аспект) / Е. Н. Ежова, Е. А. Заможных, Е. А. Побединская // *Коммуникология. — 2022. — Т. 10, № 1. — С. 155-165.*
3. Ярухин, К. В. Изучение целевой аудитории региональных органов власти: социальная активность и политические позиции / К. В. Ярухин // *PR и реклама: традиции и инновации. — 2014. — № 14-2. — С. 260-263.*

Тема 13. Медиастратегии в политической кампании

Специфика политической медиастратегии как инструмента избирательной кампании. Отличия политической медиастратегии от коммерческих и государственных PR-кампаний. Временные рамки и цикличность политических медиакампаний. Влияние политического календаря на медиастратегию. Особенности медиастратегий для различных типов выборов.

Стратегическое позиционирование политического субъекта в медиапространстве. Формирование политического имиджа через медиа. Разработка уникального политического предложения. Технологии политической дифференциации. Управление политической повесткой в контексте электоральной конкуренции.

Интеграция политической программы в медиастратегию. Трансформация программных положений в информационные поводы. Адаптация политических сообщений для различных целевых групп. Баланс между идеологической составляющей и актуальной повесткой. Работа с запросами и ожиданиями избирателей.

Правовые и этические аспекты политической медиастратегии. Соблюдение избирательного законодательства в медиакампании. Работа в условиях агитационного периода. Особенности размещения политической рекламы. Этические ограничения в политической коммуникации. Баланс между эффективностью и репутационными рисками.

Материалы по теме:

1. Волков, С. Ю. *Новые медиа в современном политическом процессе* / С. Ю. Волков, В. А. Никитенко // *Власть в XXI веке. Социокультурные аспекты политических процессов : Монография.* — Нижний Новгород : Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2020. — С. 206-220.
2. Кравченко, О. А. *Создание политического имиджа в СМИ и проблема политической безопасности* / О. А. Кравченко // *Актуальные проблемы обеспечения личной и имущественной безопасности населения на муниципальном уровне : Материалы круглого стола, Волгоград, 15 декабря 2004 года.* — Волгоград: Частное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский институт бизнеса», 2005. — С. 137-143.
3. ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» от 22.02.2014 N 20-ФЗ // *КонсультантПлюс [Электронный ресурс].* — Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_159349/ — Дата обращения: 12.02.2025.
4. ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 12.06.2002 N 67-ФЗ // *КонсультантПлюс [Электронный ресурс].* — Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37119/?ysclid=m71vwdr1n6864550198 — Дата обращения: 12.02.2025.

Тема 14. Негативная информация: определение, виды и противодействие

Сущность и типология негативной информации. Критерии определения негативной информации. Разграничение понятий «негативная информация», «дезинформация», «фейковые новости». Источники возникновения негативной информации. Каналы распространения негативного контента. Влияние негативной информации на репутацию государственных органов.

Виды информационных угроз для государственных структур. Преднамеренные информационные атаки. Непреднамеренное распространение негативной информации. Информационные провокации. Информационное давление. Информационные войны в политическом пространстве. Слухи и домыслы как форма негативной информации.

Анализ и оценка информационных рисков. Методы выявления потенциальных информационных угроз. Мониторинг источников негативной информации. Прогнозирование развития информационных ситуаций. Оценка потенциального ущерба от негативной информации. Определение уровня информационной опасности.

Стратегии противодействия негативной информации. Превентивные меры защиты информационного пространства. Оперативное реагирование на появление негативной информации. Стратегия игнорирования. Стратегия опровержения. Стратегия замещения. Стратегия канализации негатива. Особенности выбора стратегии в зависимости от типа негативной информации.

Технологии нейтрализации негативной информации. Подготовка и распространение опровержений. Работа с первоисточником негативной информации. Использование авторитетных источников для нейтрализации негатива. Техники переключения внимания аудитории. Методы снижения эмоционального накала. Формирование информационного иммунитета.

Профилактика появления негативной информации. Система раннего предупреждения информационных угроз. Формирование позитивного информационного фона. Работа с целевыми аудиториями по предупреждению негативного восприятия. Укрепление доверия к официальным источникам информации. Развитие медиаграмотности населения.

Материалы по теме:

1. Осавелюк Е.А. *Информационная безопасность государства и общества в контексте деятельности СМИ : монография / Осавелюк Е. А. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 92 с. <https://reader.lanbook.com/book/330518?demoKey=3eb70b9ad161f6bda845e283324f57a7#2>*
2. Франц, В. А. *Управление общественным мнением : учебник для вузов / В. А. Франц. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 112 с. <https://urait.ru/book/upravlenie-obschestvennym-mneniem-564247>*
3. Хорвоо, Б. *Воздействие негативной информации на общественность / Б. Хорвоо, Г. Болор // Проблемы массовой коммуникации: инновационный аспект : Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции, Иркутск, 26 апреля 2023 года. — Иркутск: Иркутский национальный исследовательский технический университет, 2024. — С. 49-54.*

Тема 15. Спичрайтинг в органах государственной власти и управления

Специфика спичрайтинга в государственных структурах. Особенности подготовки текстов для первых лиц государства и руководителей органов власти. Виды публичных выступлений в государственном управлении. Протокольные требования к официальным выступлениям. Факторы, влияющие на подготовку публичных выступлений государственных деятелей.

Жанровая специфика текстов публичных выступлений. Программная речь. Отчетный доклад. Торжественное обращение. Приветственное слово.

Поздравительный адрес. Дебаты и дискуссионные выступления. Особенности подготовки текстов для разных коммуникативных ситуаций.

Стилистические особенности официальных выступлений. Языковые средства выражения официально-делового стиля. Речевые клише и протокольные формулы. Использование средств выразительности в публичной речи. Адаптация сложной информации для публичного выступления. Техники упрощения административного языка.

Спичрайтинг для различных форматов коммуникации. Особенности подготовки текстов для личных выступлений и видеообращений. Специфика текстов для пресс-конференций и брифингов. Подготовка тезисов для интервью и комментариев. Адаптация текстов для разных медиаформатов.

Спичрайтер в системе государственных коммуникаций. Место спичрайтера в структуре пресс-службы. Профессиональные компетенции спичрайтера. Этические аспекты работы спичрайтера. Взаимодействие с заказчиком текста и экспертами. Координация работы спичрайтера с другими подразделениями.

Материалы по теме:

1. Виноградова С.М. Риторика : учебник и практикум для вузов / С. М. Виноградова, И. С. Силин ; под редакцией С. М. Виноградовой. — Москва : Юрайт, 2025. — 316 с. <https://urait.ru/book/ritorika-560061>
2. Дзялошинский И.М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2025. — 345 с. <https://urait.ru/book/sovremennyyu-mediatekst-osobennosti-sozdaniya-i-funkcionirovaniya-565960>
3. Казанцева, М. С. Спичрайтинг как технология подготовки политических текстов / М. С. Казанцева // Бизнес. Общество. Власть. — 2010. — № 5. — С. 25-39.
4. Кашаева, Е. Ю. Теория и практика спичрайтинга : Учебник для бакалавров / Е. Ю. Кашаева, Л. Г. Павлова. — Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2019. — 316 с. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42363196>
5. Скрипникова, Н. Н. Спичрайтинг в политическом дискурсе (на примере публичных выступлений Президента РФ) / Н. Н. Скрипникова // Язык: история и современность. — 2017. — № 2. — С. 92-100.

Тема 16. Управление кризисными ситуациями

Специфика информационных кризисов в государственном управлении. Типология кризисных ситуаций в информационном пространстве. Особенности протекания информационных кризисов на государственном уровне. Роль

органов власти в управлении информационными кризисами. Отличие государственного антикризисного PR от коммерческого.

Система раннего предупреждения кризисных ситуаций. Мониторинг предкризисных явлений. Выявление потенциальных триггеров информационного кризиса. Оценка уровня угрозы и масштаба потенциального кризиса. Прогнозирование развития кризисной ситуации. Подготовка превентивных мер.

Организационные аспекты кризисного реагирования. Формирование антикризисного штаба. Распределение полномочий и ответственности в условиях кризиса. Координация действий различных ведомств и уровней власти. Порядок принятия решений в кризисной ситуации. Взаимодействие с экспертным сообществом.

Информационное сопровождение кризисных ситуаций. Стратегии коммуникации в условиях кризиса. Принципы информационной открытости и оперативности. Организация работы пресс-службы в кризисной ситуации. Подготовка и распространение официальной позиции. Работа с различными каналами коммуникации.

Пост-кризисное управление и извлечение уроков. Анализ эффективности принятых мер. Оценка репутационных последствий кризиса. Корректировка системы кризисного реагирования. Разработка новых регламентов и процедур. Обучение персонала на основе полученного опыта. Формирование кейсов успешного преодоления кризисных ситуаций.

Материалы по теме:

1. Головкин, Э. С. Антикризисный PR в политике / Э. С. Головкин, О. И. Горелов // *Актуальные проблемы современной России: психология, педагогика, экономика, управление и право : Сборник научных трудов международных научно-практических конференций, Москва, 07–24 апреля 2023 года / Отв. редакторы: В.П. Вершинин, А.Л. Третьяков. Том 10. — Москва: Московский психолого-социальный университет, 2023. — С. 639-645.*
2. *Государственное антикризисное управление : учебник для вузов / Е. В. Охотский [и др.] ; под общей редакцией Е. В. Охотского. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 371 с. <https://urait.ru/book/gosudarstvennoe-antikrizisnoe-upravlenie-561650>*
3. Толмачева, И. А. Актуальность антикризисной деятельности PR-служб / И. А. Толмачева, А. Д. Подвышенная // *Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. — 2023. — № 1(111). — С. 112-114.*

ПЛАН СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Семинар 1. От рациональной бюрократии (Макс Вебер) к «отзывчивой» бюрократии (В. Комаровский)

Семинар проводится в формате дискуссии. Студенты предварительно изучают рекомендуемые материалы в рамках самостоятельной работы.

Материалы для подготовки:

- Вебер М. Хозяйство и общество (глава о бюрократии)
- Комаровский В.С. Государственная служба и СМИ
- Комаровский В.С. Административная реформа в РФ
- Оболонский А.В. Бюрократия для XXI века? Модели государственной службы

Вопросы для обсуждения:

1. В чем заключаются основные принципы рациональной бюрократии по М. Веберу? Каковы ее преимущества и недостатки?
2. Почему классическая бюрократическая модель становится неэффективной в современных условиях?
3. Как трансформируются функции государственной службы в информационном обществе?
4. Каковы основные характеристики «отзывчивой бюрократии» и чем она принципиально отличается от классической модели?
5. Как цифровизация влияет на трансформацию бюрократических структур?
6. Какие элементы классической бюрократической модели сохраняют свою актуальность в современных условиях?
7. Каковы основные препятствия для внедрения принципов «отзывчивой бюрократии» в российских условиях?
8. Как можно совместить принципы рациональности и клиентоориентированности в современной системе государственного управления?

Семинар 2. Технологии коммуникации с населением: традиции и новые формы взаимодействия

Семинар проводится в формате дискуссии. Студенты предварительно изучают рекомендуемые материалы в рамках самостоятельной работы.

Материалы для подготовки:

- Постановление Правительства РФ «О Единой системе идентификации и аутентификации»
- Концепция открытости федеральных органов исполнительной власти
- Методические рекомендации по реализации принципов открытости в федеральных органах исполнительной власти
- Стандарт «Открытый муниципалитет»
- Требования к работе с социальными сетями органов государственной власти

Вопросы для обсуждения:

1. Как изменились формы взаимодействия государства и общества с развитием цифровых технологий?
2. Каковы преимущества и недостатки традиционных (офлайн) каналов коммуникации с населением?
3. Какие проблемы возникают при переводе государственных услуг в цифровой формат?
4. Как обеспечить доступность государственных сервисов для всех категорий граждан?
5. В чем специфика коммуникации государственных структур в социальных сетях?
6. Какие существуют барьеры в цифровой коммуникации между властью и обществом?
7. Как найти баланс между цифровизацией и сохранением традиционных форм взаимодействия?
8. Каковы перспективы развития технологий коммуникации в государственном управлении?
9. Как обеспечить кибербезопасность при развитии цифровых каналов коммуникации?

Семинар 3. Государственная служба и общественность в конфликтной ситуации

Семинар проводится в формате дискуссии. Студенты предварительно изучают рекомендуемые материалы в рамках самостоятельной работы.

Материалы для подготовки:

- Федеральный закон «О порядке рассмотрения обращений граждан РФ»
- Методические рекомендации по работе с обращениями и запросами российских и иностранных граждан
- Кодекс этики и служебного поведения государственных служащих
- Материалы СМИ о конфликтных ситуациях между органами власти и общественностью за последние 2-3 года

Вопросы для обсуждения:

1. Какие типы конфликтов наиболее характерны для взаимодействия государственных органов и общественности?
2. Как влияет информационная открытость/закрытость государственных структур на развитие конфликтных ситуаций?
3. Какие коммуникационные ошибки государственных служащих чаще всего приводят к эскалации конфликтов?
4. В чем специфика освещения конфликтных ситуаций в традиционных и новых медиа?
5. Как влияет активность в социальных сетях на развитие конфликта между властью и обществом?
6. Какова роль общественных советов и экспертных групп в предотвращении и разрешении конфликтов?
7. Каким образом можно использовать конфликтные ситуации для совершенствования системы государственного управления?
8. Как должна строиться информационная политика государственного органа в условиях конфликта?

Семинар 4. Пресс-релиз как тип текста. Рассылка пресс-релиза

Семинар проводится в формате дискуссии. Студенты предварительно изучают рекомендуемые материалы в рамках самостоятельной работы.

Материалы для подготовки:

- Методические рекомендации по подготовке текстовых материалов для органов государственной власти
- Регламент подготовки и распространения официальных сообщений
- Требования к информационным материалам органов государственной власти
- Стандарты написания пресс-релизов информационных агентств
- Подборка пресс-релизов федеральных и региональных органов власти за последний месяц

Вопросы для обсуждения:

1. Какие особенности отличают пресс-релиз государственной структуры от пресс-релизов коммерческих организаций?
2. Как соотносятся официально-деловой и публицистический стили в пресс-релизах органов власти?
3. Каковы основные требования к структуре и содержанию пресс-релиза государственной структуры?
4. Какие типичные ошибки встречаются в заголовках и лидах пресс-релизов?

5. Как правильно использовать цитаты должностных лиц в пресс-релизах?
6. Какие дополнительные материалы необходимо готовить вместе с пресс-релизом?
7. Как учитывать специфику различных типов СМИ при подготовке и рассылке пресс-релизов?
8. Каковы критерии эффективности пресс-релиза государственной структуры?
9. Как адаптировать пресс-релиз для размещения в социальных сетях?
10. Какие современные технологии можно использовать для повышения эффективности рассылки пресс-релизов?

Семинар 5. Организация и проведение пресс-конференции

Семинар проводится в формате дискуссии. Студенты предварительно изучают рекомендуемые материалы в рамках самостоятельной работы.

Материалы для подготовки:

- Регламент организации публичных мероприятий в органах государственной власти
- Методические рекомендации по проведению пресс-конференций и брифингов
- Правила аккредитации журналистов при органах государственной власти
- Видеозаписи пресс-конференций руководителей федеральных и региональных органов власти
- Проведение учебной пресс-конференции самими студентами. Разбор практики.

Вопросы для обсуждения:

1. Чем отличается пресс-конференция от других форматов взаимодействия со СМИ (брифинг, пресс-подход, интервью)?
2. Какие информационные поводы требуют проведения пресс-конференции?
3. Как выбрать оптимальный формат пресс-конференции (очный, онлайн, гибридный)?
4. Каковы критерии выбора спикера для пресс-конференции?
5. Как правильно организовать подготовку спикера к пресс-конференции?
6. По каким критериям формируется пул журналистов для участия в пресс-конференции?
7. Какие технические требования необходимо учитывать при организации пресс-конференции?
8. Как эффективно модерировать ход пресс-конференции?
9. Какие типичные ошибки допускаются при проведении пресс-конференций?

10. Как оценить эффективность проведенной пресс-конференции?

Семинар 6. Пресс-секретарь: функции, индивидуальный стиль, эффективность работы

Семинар проводится в формате дискуссии. Студенты предварительно изучают рекомендуемые материалы в рамках самостоятельной работы.

Материалы для подготовки:

- Должностные регламенты пресс-секретарей органов государственной власти
- Профессиональный стандарт «Специалист по связям с общественностью»
- Кодексы профессиональной этики работников пресс-служб
- Интервью действующих пресс-секретарей федеральных и региональных органов власти
- Публикации в профессиональных изданиях о работе пресс-секретарей государственных структур

Вопросы для обсуждения:

1. Какие профессиональные и личностные качества необходимы пресс-секретарю государственной структуры?
2. В чем специфика работы пресс-секретаря в органах власти по сравнению с коммерческими структурами?
3. Как выстраивается взаимодействие пресс-секретаря с руководителем государственного органа?
4. Каковы особенности формирования индивидуального стиля работы пресс-секретаря?
5. Как пресс-секретарю эффективно управлять информационными потоками?
6. Какие этические дилеммы возникают в работе пресс-секретаря государственной структуры?
7. Как пресс-секретарю действовать в кризисных ситуациях?
8. Каковы границы полномочий и ответственности пресс-секретаря?
9. Как оценивается эффективность работы пресс-секретаря?
10. Какие новые компетенции требуются пресс-секретарю в условиях цифровизации?

Семинар 7. Планирование политических кампаний

Семинар проводится в формате дискуссии. Студенты предварительно изучают рекомендуемые материалы в рамках самостоятельной работы.

Материалы для подготовки:

- Нормативные акты об информационном обеспечении выборов
- Рекомендации ЦИК по информационному сопровождению выборов
- Аналитические материалы о проведенных избирательных кампаниях последних лет
- Научные публикации по теории и практике политического планирования

Вопросы для обсуждения:

1. Какие этапы включает в себя процесс планирования политической кампании?
2. Как соотносятся стратегическое и тактическое планирование в политической кампании?
3. Какие факторы необходимо учитывать при разработке стратегии политической кампании?
4. Как правильно определить целевые аудитории и каналы коммуникации?
5. Каковы особенности планирования информационной кампании в условиях избирательных ограничений?
6. Как эффективно использовать социологические данные при планировании кампании?
7. Какова роль экспертного сообщества в планировании политической кампании?
8. Как учитывать региональную специфику при планировании кампании?
9. Какие методы оценки эффективности планируемых мероприятий существуют?
10. Как обеспечить гибкость плана и возможность его корректировки?

Семинар 8. Технологии работы с электоратом

Семинар проводится в формате дискуссии. Студенты предварительно изучают рекомендуемые материалы в рамках самостоятельной работы.

Материалы для подготовки:

- Нормативные акты о правилах проведения предвыборной агитации
- Методические рекомендации по организации работы с избирателями
- Аналитические отчеты по результатам избирательных кампаний
- Научные публикации о современных технологиях политической коммуникации
- Материалы социологических исследований электорального поведения

Вопросы для обсуждения:

1. Какие факторы влияют на электоральное поведение в современных условиях?

2. Как меняются технологии работы с электоратом в цифровую эпоху?
3. Каковы особенности коммуникации с различными электоральными группами?
4. Как эффективно использовать социальные сети для работы с избирателями?
5. Какие методы повышения электоральной активности наиболее эффективны?
6. В чем специфика работы с молодежным электоратом?
7. Как организовать эффективную обратную связь с избирателями?
8. Какие технологии мобилизации электората используются в современных кампаниях?
9. Как оценить эффективность работы с различными группами избирателей?
10. Какие новые технологии работы с электоратом могут появиться в ближайшем будущем?

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

Практическое задание 1. Подготовка и рассылка пресс-релиза

Цель задания: Сформировать практические навыки подготовки и распространения пресс-релизов для государственных структур.

Задачи:

1. Научиться выбирать и формулировать информационные поводы
2. Освоить структуру и стилистику пресс-релиза госструктуры
3. Отработать навыки подготовки сопроводительных материалов
4. Научиться формировать базу СМИ для рассылки

Порядок выполнения:

1. Выбор информационного повода (один из предложенных вариантов):
 - Внедрение новой государственной услуги
 - Открытие социально значимого объекта
 - Реализация крупного инфраструктурного проекта
 - Итоги работы ведомства за период
 - Проведение значимого мероприятия
2. Подготовка пакета материалов:
 - Пресс-релиз объемом 1-1,5 страницы
 - Бэкграундер с дополнительной информацией
 - Справка о ведомстве
 - Биографическая справка о спикере
 - Фотоматериалы (по выбору студента)
3. Составление медиа-листа:
 - Не менее 20 целевых СМИ
 - Контакты профильных журналистов
 - Обоснование выбора изданий
4. Подготовка сопроводительных материалов:
 - Письмо для рассылки
 - Форма отчетности о результатах рассылки

Требования к пресс-релизу:

1. Четкая структура: заголовок, лид, основной текст, справочная информация
2. Наличие цитаты руководителя/эксперта
3. Соблюдение принципа перевернутой пирамиды
4. Актуальный информационный повод
5. Грамотное оформление контактной информации
6. Соответствие стилистике государственных коммуникаций

Критерии оценки:

1. Информационная ценность (0-5 баллов)
2. Структура и логика изложения (0-5 баллов)
3. Стилистическое соответствие (0-5 баллов)
4. Качество дополнительных материалов (0-5 баллов)
5. Проработанность медиа-листа (0-5 баллов)

Максимальный балл: 25 (оценка «Зачтено» - 15-25 баллов, оценка «Не зачтено» - 0-14 баллов)

Срок выполнения: 2 недели

Форма представления: Все материалы должны быть оформлены в едином документе в формате PDF и содержать:

1. Титульный лист с информацией об авторе
2. Основной пакет материалов
3. Медиа-лист с обоснованием
4. Сопроводительные документы

Практическое задание 2. Разработка антикризисного плана коммуникаций

Цель задания: Сформировать навыки анализа кризисных ситуаций и разработки стратегии антикризисных коммуникаций в государственных структурах.

Задачи:

1. Научиться анализировать кризисные ситуации
2. Освоить методы разработки антикризисных планов
3. Отработать навыки подготовки коммуникационных сообщений для разных целевых аудиторий
4. Научиться планировать работу со СМИ в кризисной ситуации

Порядок выполнения:

1. Анализ кризисной ситуации (одна из предложенных):
 - Техногенная авария на социально-значимом объекте
 - Сбой в работе государственной информационной системы
 - Экологическое происшествие
2. Подготовка аналитической записки:
 - Описание ситуации и её причин
 - Анализ возможных сценариев развития
 - Оценка потенциальных рисков и угроз
 - Характеристика вовлеченных сторон
 - Анализ информационного фона
3. Разработка антикризисного плана:
 - Формирование антикризисного штаба
 - График мероприятий по дням
 - Распределение ответственности
 - Схема информационного взаимодействия
 - Сценарии реагирования на разные варианты развития событий
4. Подготовка коммуникационных материалов:
 - Заявления для прессы
 - Сообщения для социальных сетей
 - Ответы на типовые вопросы
 - Тезисы для спикеров
 - Информационные справки

Требования к плану:

1. Четкая структура и логика изложения
2. Реалистичность предлагаемых мер
3. Учет специфики государственного управления
4. Проработка всех возможных сценариев
5. Конкретность формулировок и указание сроков
6. Соответствие правовым нормам

Критерии оценки:

1. Качество анализа ситуации (0-5 баллов)
2. Полнота и реалистичность плана (0-5 баллов)
3. Проработанность коммуникационных материалов (0-5 баллов)
4. Учет интересов всех целевых аудиторий (0-5 баллов)

5. Практическая применимость предложенных решений (0-5 баллов)

Максимальный балл: 25 (оценка «Зачтено» - 15-25 баллов, оценка «Не зачтено» - 0-14 баллов)

Срок выполнения: 2 недели

Форма представления: Материалы должны быть оформлены в формате PDF и включать:

1. Титульный лист
2. Аналитическую записку
3. Антикризисный план
4. Коммуникационные материалы
5. Список использованных источников

Практическое задание 3. Разработка стратегии присутствия государственного органа в социальных сетях

Цель задания: Сформировать навыки стратегического планирования коммуникаций государственных структур в социальных медиа.

Задачи:

1. Научиться анализировать целевые аудитории в социальных сетях
2. Освоить принципы контент-планирования для госструктур
3. Отработать навыки адаптации официальной информации для соцсетей
4. Научиться выстраивать систему обратной связи с гражданами

Порядок выполнения:

1. Анализ текущей ситуации для выбранного госоргана:
 - Аудит существующих аккаунтов
 - Анализ активности целевых аудиторий
 - Обзор аккаунтов аналогичных ведомств
 - Выявление успешных практик
 - SWOT-анализ текущего присутствия в соцсетях
2. Разработка стратегии:
 - Определение целей и задач присутствия в соцсетях
 - Выбор приоритетных платформ

- Характеристика целевых аудиторий
 - Tone of voice и принципы коммуникации
 - KPI для оценки эффективности
3. Подготовка контент-стратегии:
- Рубрикатор контента
 - Форматы публикаций
 - Периодичность размещения
 - Визуальное оформление
 - Правила взаимодействия с подписчиками
4. Разработка примеров контента:
- Информационные посты
 - Вовлекающие публикации
 - Опросы и интерактивы
 - Визуальные материалы
 - Ответы на типовые обращения граждан

Требования к стратегии:

1. Соответствие нормативным требованиям к госпабликам
2. Учет специфики государственных коммуникаций
3. Реалистичность предлагаемых решений
4. Технологическая осуществимость
5. Измеримость результатов
6. Наличие механизмов обратной связи

Критерии оценки:

1. Качество анализа ситуации (0-5 баллов)
2. Проработанность стратегии (0-5 баллов)
3. Креативность контент-решений (0-5 баллов)
4. Соответствие специфике госкоммуникаций (0-5 баллов)
5. Реализуемость предложенных мер (0-5 баллов)

Максимальный балл: 25 (оценка «Зачтено» - 15-25 баллов, оценка «Не зачтено» - 0-14 баллов)

Срок выполнения: 2 недели

Форма представления: Материалы должны быть оформлены в формате презентации и текстового документа и включать:

1. Аналитическую часть
2. Стратегию присутствия в соцсетях
3. Контент-стратегию
4. Примеры контента
5. Механизмы оценки эффективности

Практическое задание 4. Организация и проведение пресс-конференции (деловая игра)

Цель задания: Сформировать практические навыки подготовки и проведения пресс-конференций для государственных структур.

Задачи:

1. Научиться планировать и организовывать пресс-конференции
2. Освоить навыки подготовки спикера
3. Отработать техники модерации мероприятия
4. Научиться работать с разными типами журналистских запросов

Порядок выполнения:

1. Подготовительный этап (распределение ролей):
 - Пресс-секретарь и команда пресс-службы (3-4 человека)
 - Спикер (руководитель ведомства)
 - Журналисты
 - Модератор
 - Технический персонал
2. Разработка документации:
 - Информационный повод и программа мероприятия
 - Список приглашенных СМИ
 - Пресс-релиз и бэкграундер
 - Справочные материалы для журналистов
 - Тезисы выступления спикера
3. Подготовка к мероприятию:
 - Составление сценария
 - Подготовка спикера (тезисы, возможные вопросы)
 - Разработка презентационных материалов
 - Подготовка пресс-пакетов
 - План действий в нестандартных ситуациях

4. Проведение пресс-конференции:

- Регистрация участников
- Вступительное слово модератора
- Выступление спикера
- Сессия вопросов и ответов
- Подход к прессе
- Пост-релиз

Требования к организации:

1. Четкое распределение ролей и ответственности
2. Соблюдение регламента
3. Профессиональное поведение всех участников
4. Качественная подготовка материалов
5. Организация видеозаписи
6. Соблюдение протокола мероприятия

Критерии оценки:

1. Качество подготовительных материалов (0-5 баллов)
2. Организация мероприятия (0-5 баллов)
3. Работа спикера и модератора (0-5 баллов)
4. Взаимодействие с журналистами (0-5 баллов)
5. Информационное сопровождение (0-5 баллов)

Максимальный балл: 25 (оценка «Зачтено» - 15-25 баллов, оценка «Не зачтено» - 0-14 баллов)

Срок выполнения:

- 1 неделя на подготовку
- 1,5 часа на проведение
- 2 дня на подготовку отчетных материалов

Форма представления: Итоговая документация должна включать:

1. Полный пакет подготовительных материалов
2. Видеозапись пресс-конференции
3. Пост-релиз
4. Отчет о результатах
5. Анализ ошибок и достижений

Особые условия:

- Журналисты получают индивидуальные задания по типу представляемого СМИ и характеру вопросов
- В ходе пресс-конференции создаются нештатные ситуации для отработки навыков кризисной коммуникации
- Производится видеозапись для последующего разбора

Описание СМИ для ролевой игры:

1. «Городской вестник» — официальное региональное издание:

- Строгий деловой стиль
- Интерес к статистике и официальным данным
- Корректные, но детальные вопросы
- Ориентация на социально-значимые темы

2. «Честный взгляд» — оппозиционное интернет-издание:

- Критический подход к информации
- Острые и провокационные вопросы
- Акцент на проблемных моментах
- Поиск скрытых мотивов

3. «НовостиОнлайн» — информационный портал:

- Оперативная подача информации
- Интерес к эксклюзивным деталям
- Вопросы на разъяснение и уточнение
- Ориентация на инфоповоды для соцсетей

Варианты нештатных ситуаций:

1. «Технический сбой»:

- Во время презентации ключевых данных происходит отключение проектора
- Спикер теряет подготовленные тезисы
- Команде необходимо быстро восстановить презентацию или предложить альтернативный формат подачи информации
- Модератор должен удержать внимание аудитории

2. «Информационная утечка»:

- Журналист «Честного взгляда» во время пресс-конференции публикует в своем Telegram-канале инсайдерскую информацию, противоречащую словам спикера

- Информация начинает распространяться в других СМИ
- Пресс-служба должна оперативно отреагировать на ситуацию
- Спикер должен корректно ответить на возникшие вопросы по этой теме

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Государственная служба как социальный институт: понятие, функции, признаки. Виды государственной службы. Взаимосвязь государственной службы и связей с общественностью.
2. Эволюция форм взаимодействия государственной службы с общественностью: от древности к современности. Основные этапы развития государственных коммуникаций.
3. Политическая культура современной России: особенности, характеристики, тенденции развития. Влияние политической культуры на систему государственных коммуникаций.
4. Механизмы общественного участия в государственном управлении. Формы институционализации взаимодействия власти и общества.
5. Организационная структура службы по связям с общественностью в органах государственной власти: основные подразделения, их функции и принципы взаимодействия.
6. Правовые основы деятельности PR-служб в государственных структурах. Нормативное регулирование информационной открытости органов власти.
7. Принципы работы PR-подразделений в органах государственной власти. Этические аспекты государственных коммуникаций.
8. Медиапространство региона: структура, субъекты, особенности функционирования. Роль региональных органов власти в информационном пространстве.
9. Технологии взаимодействия государственных структур с традиционными СМИ: форматы, инструменты, оценка эффективности.
10. Работа государственных структур с новыми медиа: специфика, инструменты, форматы контента.
11. Целевые аудитории в политической коммуникации: типология, характеристики, особенности взаимодействия.
12. Стратегическое планирование политических кампаний: этапы, инструменты, оценка эффективности.
13. Медиастратегии в политической кампании: разработка, реализация, корректировка.
14. Информационное пространство страны: структура, характеристики, тенденции развития.
15. Государственная информационная политика: цели, принципы, механизмы реализации.
16. Коммуникативные процессы в системе государственного управления: особенности, барьеры, пути оптимизации.
17. Работа с негативной информацией в государственных структурах: типология, методы противодействия, профилактика.

18. Спичрайтинг в органах государственной власти: особенности, жанры, технологии подготовки текстов.
19. Управление кризисными ситуациями в государственных структурах: этапы, инструменты, оценка эффективности.
20. Пресс-служба государственного органа: функции, структура, направления деятельности.
21. Технологии формирования имиджа государственной структуры: инструменты, каналы, оценка эффективности.
22. Организация специальных мероприятий в государственных структурах: типология, этапы подготовки, оценка результативности.
23. Работа пресс-секретаря государственной структуры: функции, компетенции, критерии эффективности.
24. Система электронного правительства: принципы работы, сервисы, перспективы развития.
25. Социальные сети в работе государственных структур: стратегии присутствия, форматы контента, оценка эффективности.
26. Взаимодействие с экспертным сообществом: формы, технологии, оценка результативности.
27. Организация и проведение пресс-конференций в государственных структурах: этапы, технологии, типичные ошибки.
28. Подготовка и распространение пресс-релизов: структура, стилистика, технологии рассылки.
29. Внутренние коммуникации в органах государственной власти: каналы, инструменты, оценка эффективности.
30. Цифровая трансформация государственных коммуникаций: тенденции, инструменты, перспективы развития.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Ачкасова В.А., Быков И.А. Связи с общественностью в органах власти. — М., 2024. — 163 с. <https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-564892>
2. Борщевский, Г. А. Государственная служба : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 305 с. <https://urait.ru/book/gosudarstvennaya-sluzhba-559447>
3. Васильев В.П. Государственное и муниципальное управление : учебник и практикум для вузов / В.П. Васильев, Н.Г. Деханова, Ю.А. Холоденко. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 314 с. <https://urait.ru/book/gosudarstvennoe-i-municipalnoe-upravlenie-564655>
4. Володенков С.В. Политическая коммуникация: учебник и практикум для вузов / С. В. Володенков, Т. В. Евгеньева, А. И. Соловьев ; под редакцией Т. В. Евгеньевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 77 с. <https://urait.ru/book/politicheskaya-kommunikaciya-569109>
5. Деловые коммуникации в государственном и муниципальном управлении: учебник для вузов / А. С. Никитина, Н. Г. Чевтаева, С. А. Ваторопин, А. С. Ваторопин. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 171 с. <https://urait.ru/book/delovye-kommunikacii-v-gosudarstvennom-i-municipalnom-upravlenii-567676>
6. Комаровский В.С. Управление общественными отношениями / В.С. Комаровский. — М.: Изд-во «РАГС», 2009. — 229 с. <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=354355&idb=0>
7. Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти: Учеб. / А.А. Марков. — М.: Изд-во «НИЦ ИНФРА-М», 2014. — 190 с. <https://znanium.ru/catalog/document?id=446849>
8. Савинова О.Н. Власть и общество: на пути к диалогу (региональный аспект) / О.Н. Савинова. — Н. Новгород: Изд-во «Литера», 1998. — 101 с.
9. Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М.М. Васильева [и др.] ; под редакцией М.М. Васильевой. — 4-е изд. — Москва: Юрайт, 2025. — 405 с. <https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-560204>

Дополнительная:

1. Алимов, М. В. Формирование системы обратной связи в управлении пресс-службы и информации Администрации Президента Российской

- Федерации / М. В. Алимов // Коммуникология: электронный научный журнал. — 2023. — Т. 8, № 2. — С. 25-34.
2. Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура и стабильность демократии // «Полис» (Политические исследования) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.civisbook.ru/publ.html?id=3> — Дата обращения: 15.03.2023.
 3. Асеев, И. П. Способы взаимодействия органов государственной власти с целевой аудиторией / И. П. Асеев, Д. А. Рыбаков // Управление организационно-экономическими системами : Сборник трудов научного семинара студентов и аспирантов института экономики и управления. В 2-х частях, Самара, 18–23 ноября 2019 года / Под общей редакцией О.В. Павлова. Том Выпуск 20. Часть 2. — Самара: Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, 2020. — С. 16-22.
 4. Богатырева, А. А. Роль PR-коммуникаций в деятельности органов государственной власти / А. А. Богатырева, Т. А. Налчаджи, И. А. Федоренко // Актуальные вопросы гуманитарных и общественных наук : Сборник научных трудов, приуроченный к году науки и технологий. Том Часть 2. — Нальчик : Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова, 2021. — С. 298-301.
 5. Бунаков, М. Ю. Политическая культура как часть общей культуры и элемент политической системы / М. Ю. Бунаков, Н. С. Гуляев // Психолого-педагогические проблемы безопасности человека и общества. — 2012. — № 3(16). — С. 5-9.
 6. Бурова, Ю. Е. Функциональные особенности современной пресс-службы / Ю. Е. Бурова // Гуманитарный вектор. — 2012. — № 2(30). — С. 232-238.
 7. Васильева, М. М. Становление информационного общества в России в условиях глобального информационного пространства / М. М. Васильева // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. — 2020. — № 3(840). — С. 50-58.
 8. Виноградова С.М. Риторика : учебник и практикум для вузов / С. М. Виноградова, И. С. Силин ; под редакцией С. М. Виноградовой. — Москва : Юрайт, 2025. — 316 с. <https://urait.ru/book/ritorika-560061>
 9. Волков, С. Ю. Новые медиа в современном политическом процессе / С. Ю. Волков, В. А. Никитенко // Власть в XXI веке. Социокультурные аспекты политических процессов : Монография. — Нижний Новгород : Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2020. — С. 206-220.
 10. Головкин, Э. С. Антикризисный PR в политике / Э. С. Головкин, О. И. Горелов // Актуальные проблемы современной России: психология, педагогика, экономика, управление и право : Сборник научных трудов международных научно-практических конференций, Москва, 07–24 апреля 2023 года / Отв. редакторы: В.П. Вершинин, А.Л. Третьяков. Том 10. —

- Москва: Московский психолого-социальный университет, 2023. — С. 639-645.
11. Горелов, О. И. Менеджмент антикризисных PR-коммуникаций в организации / О. И. Горелов, С. И. Горелова // Актуальные проблемы современной России: психология, педагогика, экономика, управление и право : сборник научных трудов, Москва, 21–26 ноября 2022 года. — Москва: Московский психолого-социальный университет, 2022. — С. 350-355.
 12. Горохов В.М. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии. / В.М. Горохов, Т.Э. Гринберг. — М.: Изд-во «Аспект Пресс», 2013. — 198 с. <https://znanium.ru/catalog/document?id=430091>
 13. Государственное антикризисное управление : учебник для вузов / Е. В. Охотский [и др.] ; под общей редакцией Е. В. Охотского. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 371 с. <https://urait.ru/book/gosudarstvennoe-antikrizisnoe-upravlenie-561650>
 14. Государственная и муниципальная служба : учебник для вузов / Е. В. Охотский [и др.] ; под общей редакцией Е. В. Охотского. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 400 с. <https://urait.ru/book/gosudarstvennaya-i-municipalnaya-sluzhba-560373>
 15. Государственная политика и управление. Концепции и проблемы: учебник для вузов / Л.В. Сморгунюв [и др.]; под редакцией Л.В. Сморгунюва. — 2-е изд. — Москва: Юрайт, 2025. — 395 с. <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=920930&idb=0>
 16. Гулевич О.А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 246 с. <https://urait.ru/book/psihologiya-massovoy-kommunikacii-ot-gazet-do-interneta-569444>
 17. Гуляихин В.Н. Архетипы политической культуры российских граждан // Социодинамика [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=332 — Дата обращения: 15.03.2023.
 18. Гусева М.А. Специфика PR-деятельности органов государственной власти в российской федерации / Гусева М.А. // Высокие интеллектуальные технологии в науке и образовании. — 2017. — С. 142-146. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29171574>
 19. Дзялошинский И.М. Современное медиaprостранство России: Учеб. пособие для студентов вузов / И. М. Дзялошинский. — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2015. — 312 с. <https://znanium.ru/catalog/document?id=343653>
 20. Дзялошинский И.М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А.

- Пильгун. — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2025. — 345 с.
<https://urait.ru/book/sovremennyyu-mediatekst-osobnosti-sozdaniya-i-funkcionirovaniya-565960>
21. Димант, Я. А. Оптимизация внутренних коммуникаций в системе органов государственной власти / Я. А. Димант // Перевод, реклама и PR в современной коммуникации. — 2023. — Т. 1. — С. 79-83.
 22. Доронина И.М. Медиаправо и медиабезопасность: учебное пособие для вузов / Доронина И. М. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 184 с.
<https://reader.lanbook.com/book/440096?demoKey=e4fbc0acb7de3b62ceb6135fbf61ba#10>
 23. Евгеньева Т.В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 250 с.
<https://urait.ru/book/psihologiya-massovoy-politicheskoy-kommunikacii-563544>
 24. Ежова, Е. Н. Взаимодействие органов власти с целевыми группами: трансформация коммуникационных технологий в эпоху цифровизации (региональный аспект) / Е. Н. Ежова, Е. А. Заможных, Е. А. Побединская // Коммуникология. — 2022. — Т. 10, № 1. — С. 155-165.
 25. Засурский, Я. Н. Глобальная структура международной информации / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2012. — № 3. — С. 101-115.
 26. Засурский, Я. Н. Колонка редактора: Сайты расширяют информационное пространство / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2009. — № 4. — С. 3-6.
 27. Засурский, Я. Н. Мобильный телефон как фактор развития информационного общества / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2009. — № 2. — С. 5-12.
 28. Казанцева, М. С. Спичрайтинг как технология подготовки политических текстов / М. С. Казанцева // Бизнес. Общество. Власть. — 2010. — № 5. — С. 25-39.
 29. Каминская, Т. Л. Региональное медиаполе: векторы развития / Т. Л. Каминская // Вестник Новгородского государственного университета. — 2013. — № 73-1. — С. 20-23.
 30. Кашаева, Е. Ю. Теория и практика спичрайтинга : Учебник для бакалавров / Е. Ю. Кашаева, Л. Г. Павлова. — Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2019. — 316 с. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42363196>
 31. Ким, М. Н. Пресс-служба органов государственной власти: формы и методы деятельности / М. Н. Ким // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС. — 2023. — Т. 14, № 4(61). — С. 254-259.

32. Киричек, А. И. Диалоговые коммуникации органов публичной власти с населением: современное состояние и перспективы развития / А. И. Киричек // Наукосфера. — 2021. — № 12-1. — С. 100-110
33. Колосова, А. А. Новые СМИ как символ трансформации медиаландшафта информационного общества / А. А. Колосова, А. А. Шнайдер // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2016. — № 4-1(58). — С. 20-23.
34. Кондратская, В. Л. Современный медиаландшафт: от медиаграмотности к медийной культуре / В. Л. Кондратская // Медиа в современном мире. 62-е Петербургские чтения : Сборник материалов ежегодного 62-го Международного научного форума. В 2-х томах, Санкт-Петербург, 28 июня — 01 июля 2023 года / Отв. редактор А.А. Малышев. Том 2. — Санкт-Петербург: ООО «Медиапапир», 2023. — С. 118-120.
35. Кравченко, О. А. Создание политического имиджа в СМИ и проблема политической безопасности / О. А. Кравченко // Актуальные проблемы обеспечения личной и имущественной безопасности населения на муниципальном уровне : Материалы круглого стола, Волгоград, 15 декабря 2004 года. — Волгоград: Частное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский институт бизнеса», 2005. — С. 137-143.
36. Кравцов В.В. Деятельность пресс-службы в органах исполнительной власти / Кравцов В.В. // Идеи и новации. — 2021. — № 2. — С. 66–75. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48077823>
37. Куприец, А. Ю. Пресс-служба в органах государственного управления: роль и задачи / А. Ю. Куприец // Современные проблемы науки, общества и образования : Сборник статей III Международной научно-практической конференции, Пенза, 23 мая 2022 года. — Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2022. — С. 149-151.
38. Ланцева, К. М. Применение эффективных технологий медиапланирования государственными структурами / К. М. Ланцева // Актуальные вопросы науки и практики : сборник научных статей по материалам IX Международной научно-практической конференции, Уфа, 01 ноября 2022 года. — Уфа: Общество с ограниченной ответственностью «Научно-издательский центр «Вестник науки», 2022. — С. 184-191.
39. Ли, С. Работа со СМИ как метод пиара / С. Ли // Научный аспект. — 2021. — Т. 1, № 4. — С. 114-117.
40. Малыхина, Д. М. Оценка эффективности коммуникации органов власти с населением / Д. М. Малыхина, О. Н. Митрофанова // Инновационная экономика и право. — 2023. — № 4(27). — С. 13-21.
41. Менлиева, А. Информационное пространство: анализ информационной среды и каналов коммуникаций / А. Менлиева, Б. Какаджыков, М. Халлыева // Вестник науки. — 2024. — Т. 3, № 1(70). — С. 673-678.

42. Мироненко, К. В. Структура и задачи пресс-службы государственного учреждения / К. В. Мироненко, Н. Н. Скрипникова // Профессиональные компетенции государственных служащих: формирование и развитие : материалы всероссийской научно-практической конференции, Воронеж, 26 апреля 2018 года / ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Воронежский филиал; Редакционная коллегия: Е. М. Лещенко, О. И. Марар, И. В. Потанина, К. В. Мироненко. — Воронеж: Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2018. — С. 225-228.
43. Мухаметзянова, Л. А. Спичрайтинг в организации политического дискурса / Л. А. Мухаметзянова // Вопросы безопасности России и постсоветского пространства: история и современность : Сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции, Пенза, 28 февраля 2019 года. — Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2019. — С. 68-72.
44. Никитин, М. И. Организация работы со СМИ / М. И. Никитин // Коммуникатор — XXI : Избранные лекции для студентов отделения журналистики и рекламы по дисциплинам специальности и специализации. Том Часть 5. — Москва : Московский гуманитарный институт им. Е.Р. Дашковой, 2011. — С. 68-77.
45. Осавелюк Е.А. Информационная безопасность государства и общества в контексте деятельности СМИ : монография / Осавелюк Е. А. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 92 с. <https://reader.lanbook.com/book/330518?demoKey=3eb70b9ad161f6bda845e283324f57a7#2>
46. Розенберг Н.В. Формирование общественного мнения о деятельности органов государственной власти средствами PR / Розенберг Н.В., Карпова М.К. // Поиск: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура. — 2022. — №1 (90). — С. 26-35. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48644903>
47. Связи с общественностью (Public relations): учебное пособие для вузов, курсов повышения квалификации / под ред. Е.П. Савруцкой. — Н. Новгород: НГЛУ, 2001. — 132 с. <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=466479&idb=0>
48. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебник для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 185 с. <https://urait.ru/book/podgotovka-reklamnogo-i-pr-teksta-563394>
49. Симутина, Д. С. Политическая культура как элемент профессиональной культуры государственных служащих / Д. С. Симутина, А. А. Луговой // Личность курсанта как поле смыслового контента в сфере воинской деятельности : Сборник материалов научно-методической конференции,

- Петергоф, 07 июня 2024 года. — Петергоф: Военный институт (Железнодорожных войск и военных сообщений), 2024. — С. 130-137.
50. Скрипникова, Н. Н. Спичрайтинг в политическом дискурсе (на примере публичных выступлений Президента РФ) / Н. Н. Скрипникова // Язык: история и современность. — 2017. — № 2. — С. 92-100.
51. Соколова, Л. П. Технологии антикризисного PR / Л. П. Соколова // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2021) : Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, Москва, 06–10 декабря 2021 года. Том Часть 2. — Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2021. — С. 154-160.
52. Соловьева, Н. В. Стратегия развития информационного общества как основа формирования единого информационного пространства / Н. В. Соловьева // Право и государство: теория и практика. — 2019. — № 4(172). — С. 104-109.
53. Степанова, С. Е. Взаимодействие органов государственной власти с целевой аудиторией как неотъемлемая составляющая современных public relations / С. Е. Степанова, Н. А. Антонов // Актуальные вопросы социально-экономического развития и правового регулирования в регионе : Сборник научных статей, Чебоксары, 20 марта 2020 года / Отв. редактор Г.Л. Белов. — Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева, 2020. — С. 121-127.
54. Толмачева, И. А. Актуальность антикризисной деятельности PR-служб / И. А. Толмачева, А. Д. Подвышенная // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. — 2023. — № 1(111). — С. 112-114.
55. Тульчинский Г. Л. Российская политическая культура: особенности и перспективы. — СПб: Алетейя, 2015. — 176 с.
56. Управление общественными отношениями: Учебник / под ред. Комаровского В.С. М.: РАГС, 2003. — 352 с.
57. Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебник для вузов / В. А. Франц. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 112 с. <https://urait.ru/book/upravlenie-obschestvennym-mneniem-564247>
58. Хорвоо, Б. Воздействие негативной информации на общественность / Б. Хорвоо, Г. Болор // Проблемы массовой коммуникации: инновационный аспект : Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции, Иркутск, 26 апреля 2023 года. — Иркутск: Иркутский национальный исследовательский технический университет, 2024. — С. 49-54.

59. Черницына, Е. Н. Основные тенденции развития каналов коммуникации в органах государственной власти / Е. Н. Черницына // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. — 2020. — № 22. — С. 41-49.
60. Чумиков А. Н. Связи с общественностью и медиакommunikации : учебник для вузов / А.Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 199 с. <https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-i-mediakommunikacii-564576>
61. Шевчук И.А. Анализ связей с общественностью внутригородского муниципального образования / И.А. Шевчук, Ю.С. Нехайчук // МедиаВектор. — 2024. — № 11. — С. 92-101. <https://elibrary.ru/item.asp?id=67269045>
62. Ярухин, К. В. Изучение целевой аудитории региональных органов власти: социальная активность и политические позиции / К. В. Ярухин // PR и реклама: традиции и инновации. — 2014. — № 14-2. — С. 260-263.

Ольга Николаевна **Савинова**
Ксения Александровна **Болдина**

Связи с общественностью в органах власти и управления

Учебно-методическое пособие

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского».
603950, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23.

Подписано в печать . Формат 60x84 1/16.
Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура Таймс.
Усл. печ. л. 1,2.
Заказ № . Тираж 100 экз.

Отпечатано в типографии Нижегородского госуниверситета
им. Н.И. Лобачевского
603000, г. Нижний Новгород, ул. Большая Покровская, 37