

Слайд 1

Уважаемый Председатель и уважаемые члены ГЭК. Вашему вниманию предлагается дипломная работа на тему – ОРГАНИЗАЦИЯ PR СЛУЖБЫ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ РФ.

Слайд 2

Активно меняющаяся информационная среда влияет на все общественные процессы без исключения. По данным отчета о состоянии цифровой сферы Digital 2021, число людей в РФ, использующих интернет на начало 2021 года, составляет более 124 млн. В сравнении с аналогичным периодом 2020 г. количество пользователей интернета в Российской Федерации в 2021 г. увеличилось на 6,0 млн. (+5,1%). В январе 2021 года в нашей стране было 99 млн. пользователей социальных сетей, их количество за год увеличилось на 4,8 миллиона (+5,1%). В январе 2021 года количество пользователей социальных сетей в Российской Федерации составило 67,8% от общей численности населения. Причинами активного перехода в интернет пространство явились не только необходимость дистанционного взаимодействия в условиях пандемии, но и общий революционный тренд цифровой трансформации в обществе, который был заложен в нашей стране значительно раньше. Увеличивающийся поток информации является тем ресурсом, который обеспечивает качественную жизнедеятельность общества и государства..

Слайд 3

Целью данной работы является исследование порядка и особенностей организации PR службы в органах государственной власти и местного самоуправления на примере Государственной думы РФ. Задачи, которые необходимо решить в работе, представлены на слайде.

Слайд 4

В первой части дипломной работы автором были исследованы теоретические аспекты проблемы PR службы в органах государственной власти и местного самоуправления, по результатам чего сформулированы следующие основные выводы:

- В этом быстро развивающемся цифровом мире органам государственной власти в своей PR-деятельности важно постоянно поддерживать уровень необходимых знаний специалистов PR-служб, а так же следует выстраивать модель коммуникаций соответствующую с новой формирующейся медиасредой;
- Отмечается, что все средства массовой информации перешли на взаимодействие с потенциальным потребителем в Интернет, что

является качественно новым направлением коммуникационной политики 21 века;

- Служба протокола, как средство взаимодействия постепенно преобразуется, подстраиваясь под требования цифрового общества и новой социальной реальности.

Слайд 5

Объектом анализа в дипломной работе выступает реально существующая организация - Государственная Дума РФ. Во второй главе БР автор проанализировал организацию PR службы в органах государственной власти и местного самоуправления на примере Государственной думы РФ, по результатам чего им были сформулированы следующие основные выводы:

- Функции PR службы Государственной думы РФ возложены на Управление пресс-службы и информации Аппарата ГД РФ;
- Партия призывает потенциальный электорат к особой внимательности и демонстрирует, на что следует обращать внимание при выборе кандидатов в день выборов;
- В ходе мониторинга было выявлено, что для партии не характерно использование данного инструмента, что можно назвать определенной точкой роста использования современных технологий;
- Оценка эффективности PR службы Государственной думы РФ проводилась на примере отдельных партий, чтобы проследить как различные PR-мероприятия повлияли на продвижение той или иной партии.

Слайд 6

В заключительной части БР автор, опираясь на изложенные ранее результаты проведенного анализа, сформулировал рекомендации, направленные на повышение эффективности организации PR службы в органах государственной власти местного самоуправления на примере Государственной Думы РФ.

Первая рекомендация предполагает необходимость для того, чтобы избиратели смогли выразить свое мнение, они должны знать о политической ориентации каждого кандидата, а также предполагается, что они согласны с политическими взглядами и убеждениями избранного политика.

Вторая рекомендация предполагает необходимость модернизации принципов государственного PR, основанных на еще больше прозрачности, а также, что наиболее важно, непрерывном диалоге и взаимодействии власти и общества.

Слайд 7

Для более детального осмысления эффективности политического PR в контексте воздействия на предпочтения и осуществление политического выбора было проведено социологическое исследование на примере плебисцита в Государственную Думу 2016 г., реализуемое в форме Интернет-опроса, как наиболее эффективного метода в изучении обозначенной аудитории. Анализ показал, что большая часть молодежи (56,7%) считает, что количество информации полученной ими в процессе предвыборной кампании, слишком мало, 43,3% считают что, они были достаточно проинформированы. Для того, чтобы избиратели смогли выразить свое мнение, они должны знать о политической ориентации каждого кандидата, а также предполагается, что они согласны с политическими взглядами и убеждениями избранного политика.

Оценка перспективы развития PR деятельности показала нарастание темпов коммуникационных процессов, увеличение числа информационных потоков и участников коммуникации, формирование принципиально новых условий политического медиаландшафта и необходимость модернизации принципов государственного PR, основанных на еще больше прозрачности, а также, что наиболее важно, непрерывном диалоге и взаимодействии власти и общества.

Слайд 8

На слайде представлен список использованных источников.

Слайд 9

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание!