

Секция «Взаимодействие с органами власти: коммуникативные стратегии принятия решений»

Интеграционный потенциал mediarelations в системе GR-деятельности

Добровольская Юлия Андреевна

Студент (магистр)

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,
Екатеринбург, Россия

E-mail: 89221138021@mail.ru

Mediarelations относится к группе коммуникативных технологий GR-деятельности, наряду с технологией лоббизма, воздействия через экспертные сообщества, государственно-частным партнерством или корпоративной социальной ответственностью [2]. В качестве GR-технологии, mediarelations представляет собой технологию достижения GR-целей через взаимодействие с медиа-сообществом [3]. В то же время технология mediarelations способна интегрировать в себя другие коммуникационные технологии GR, используя масс-медиа в качестве ресурса достижения целей GR-деятельности. Интеграция технологии mediarelations и других коммуникативных технологий GR формирует новые механизмы и обеспечивает синергетический эффект.

Соединение технологии лоббизма и mediarelations возможно условно определить как информационный лоббизм. Лоббизм - «институт политической системы, представляющий собой процесс по продвижению интересов частных лиц, корпоративных структур (а также представляющих их профессиональных лоббистских фирм и общественных организаций) в органах государственной власти, с целью добиться принятия выгодного для них политического решения» [1]. В основе этого механизма информационного лоббизма находится лоббирование интересов заказчика через средства массовой информации. Характерной чертой технологии является привлечение внимания общественности к проблеме, по которой готовится административное решение, а также вовлечение общественности в процесс принятия решений. Для этого используются методы организации информационных компаний в средствах массовой информации и интернете, кампаний подписания электронных петиций в поддержку или отклонения законопроектов, проведение научно-практических конференций и иных мероприятий, с привлечением экспертов, стейкхолдеров и средств массовой информации.

Соединение технологии воздействия через экспертные сообщества и mediarelations формирует «медийное обеспечение экспертного мнения». Воздействие через экспертные сообщества представляет собой использование экспертной информации при взаимодействии с органами власти [3]. В основе технологии организация участия экспертов в процессе принятия решений. Для этого традиционно используются методы привлечения экспертов для участия экспертных советах, профессиональных и общественных советах при органах государственной власти; выступление экспертов на конференциях, форумах, симпозиумах, посвященных проблеме, по которой принимается административное решение; проведение экспертизы проектов принятия административных решений и получение экспертных отзывов. Mediarelations ориентированы прежде всего на трансляцию экспертного мнения в средствах массовой информации. Для реализации этой задачи привлекаются эксперты из числа лидеров мнения или обеспечивается дополнительное PR-сопровождение экспертов. В медийном обеспечении экспертного мнения используются такие формы работы как:

- организация специализированных пресс-конференций с участием привлеченных экспертов;
- публикация серии экспертных статей по проблеме, по которой формируется административное решение;

- получение комментариев экспертов;
- публикация отзывов экспертов с последующим обсуждением в средствах массовой информации и с использованием интернет-ресурсов;
- приглашение экспертов на специализированные телевизионные и радио программы, программы на интернет-каналах;
- публикация открытых писем экспертов в отношении государственных органов, ответственных за принятие административных решений;
- вовлечение экспертов из числа лидеров мнения в качестве непосредственных участников проблемы, по которой принимается государственное решение, с последующим медийным сопровождением развития ситуации.

Соединение технологии mediarelations и государственно-частного партнерства позволяет обеспечить медийное сопровождение процесса формирования государственно-частного альянса. Государственно-частное партнерство представляет собой взаимодействие государственных учреждений, бизнеса или общественных объединений на основе взаимных интересов для достижения общих целей [2]. Партнёрство учреждений реализуется в целях реализации законодательных актов и специальных соглашений. В этой связи mediarelations целесообразно использовать концепцию корпоративной социальной ответственности бизнеса и социальной направленности государственной политики. Для этого в средствах массовой информации необходимо решить следующие задачи:

- Позиционирование субъекта реализации GR-деятельности как учреждения с корпоративной социальной ответственностью в средствах массовой информации;
- Формирование устойчивого общественного мнения относительно субъекта реализации GR-деятельности как об учреждении с корпоративной социальной ответственностью;
- Организация информационных кампаний, посвященных соблюдению законодательства и специальных соглашений между государством и субъектом реализации GR-деятельности в интересах общественно-значимых целей;
- Привлечение внимания государства к амбициозным проектам субъекта реализации GR-деятельности, обозначение перспектив развития проектов при посредничестве государства.

Таким образом, соединение технологии mediarelations и других коммуникативных технологий GR-деятельности позволяет использовать потенциал средств массовой информации с целью привлечения внимания общественности к обсуждаемой проблеме и формирование необходимого общественного резонанса вокруг проблемы. А публичность инструментария позволяет усилить применяемые технологии в достижении целей GR-деятельности.

Источники и литература

- 1) Профессиональный словарь лоббистской деятельности (составитель П. А. Толстых) // Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти, Москва, 2009.
- 2) GR-связи с государством. теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством. Учебное пособие / Под ред. Л. В. Сморгунова и Л. Н. Тимофеевой. — М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. — 407 с.
- 3) GR: Теория и практика: учебник / под. Ред. И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой –СПб-ГУ, 2013. — 180 с.

Слова благодарности

Благодарю коллектив кафедры "Управление общественными отношениями" Уральского федерального университета за поддержку и веру в мою будущую научную работу.