

УДК 659.4:351/354(075)  
ББК 76:X620.611я7  
К93

*Печатается по решению редакционно-издательского совета  
Казанского национального исследовательского технологического университета*

*Рецензенты:  
канд. ист. наук, доц. Т. В. Халилова  
канд. ист. наук, доц. Ю. Б. Шагбанова*

**К93** **Кургаева Ж. Ю.**  
Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие /  
Ж. Ю. Кургаева; Минобрнауки России, Казан. нац. исслед. технол.  
ун-т. – Казань : Изд-во КНИТУ, 2022. – 112 с.

ISBN 978-5-7882-3185-3

Рассмотрены проблемы, связанные с деятельностью специалистов и подразделений связей с общественностью в государственных структурах и российских компаниях.

Предназначено для бакалавров направлений подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление», 41.03.02 «Регионоведение России» и 41.03.06 «Публичная политика и социальные науки», изучающих дисциплину «Деловые коммуникации и связи с общественностью».

Подготовлено на кафедре государственного управления, истории и социологии.

**УДК 659.4:351/354(075)**  
**ББК 76:X620.611я7**

ISBN 978-5-7882-3185-3 © Кургаева Ж. Ю., 2022  
© Казанский национальный исследовательский  
технологический университет, 2022

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
1. Связи с общественностью в органах власти как область знаний и сфера деятельности .....	9
1.1. Определение понятий: связи с общественностью (public relations), государственный PR (government relations).....	9
1.2. Эволюция моделей связей с общественностью .....	10
1.3. Отличия в PR-структурах государственного и коммерческого управления .....	17
<i>Контрольные вопросы</i> .....	20
2. Коммуникационные процессы и связи с общественностью.....	21
2.1. Модели коммуникации .....	21
2.2. Лидеры мнений и их роль в коммуникационном процессе .....	29
2.3. Теории коммуникации, используемые специалистами по связям с общественностью.....	32
<i>Контрольные вопросы</i> .....	42
3. Государственный PR: организация взаимодействия органов власти с населением .....	43
3.1. Общая характеристика государственного PR .....	43
3.2. Специфика федерального и местного уровней связей с общественностью в органах власти .....	46
3.3. Вовлечение населения в процесс реализации государственных и муниципальных программ .....	49
3.4. Государственный PR в условиях кризисов .....	51
<i>Контрольные вопросы</i> .....	54
4. Работа PR-специалиста по формированию и изучению общественного мнения .....	55
4.1. Общественное мнение: определение понятия, признаки, функции и этапы формирования.....	55
4.2. Опросы общественного мнения .....	59
<i>Контрольные вопросы</i> .....	62

5. Взаимодействие органов власти со СМИ.....	63
5.1. Концептуальные основы влияния СМИ .....	63
5.2. Правовые и организационные основы взаимодействия органов власти со СМИ .....	66
5.3 Деятельность пресс-служб в органах власти .....	68
<i>Контрольные вопросы</i> .....	69
6. Лоббирование и GR как инструменты государственных PR .....	70
6.1. Лоббизм: специфика деятельности, функции, набор действий, методы работы .....	70
6.2. Government relations (GR) как одно из направлений лоббистской деятельности .....	77
<i>Контрольные вопросы</i> .....	80
7. Формирование позитивного имиджа органа власти, политической партии и политического лидера .....	81
7.1. Политический имидж: общая характеристика.....	81
7.2. Психотехнологии создания эффективного политического имиджа.....	86
7.3. Использование методов политической мифологии.....	93
7.4. Общая характеристика имиджа органов государственной власти.....	97
7.5. Коммуникативные стратегии и тактики формирования положительного имиджа органов государственной власти.....	99
7.6. Формирование имиджа политической партии .....	102
<i>Контрольные вопросы</i> .....	104
Библиографический список.....	105