

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

(НИУ «БелГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

КАФЕДРА КОММУНИКАТИВИСТИКИ, РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

**ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕСС-СЛУЖБЫ УЧРЕЖДЕНИЯ
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ДЕПАРТАМЕНТА
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ И СОЦИАЛЬНОЙ
ПОЛИТИКИ ПО БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Дипломная работа

студентки дневного отделения группы 86001204

Бобешко Виктории Владимировны

Научный руководитель

Д.Ф.Н.; Кожемякин Е.А.

БЕЛГОРОД 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. Направления деятельности пресс-службы учреждения здравоохранения	
1.1. PR в сфере здравоохранения: содержание, функции, виды, специфика.....	7
1.2. PR как средство продвижения проектов в системе здравоохранения.....	17
1.3. Особенности взаимодействия учреждения здравоохранения со СМИ.....	25
2. Содержание PR-деятельности Департамента здравоохранения и социальной политики по Белгородской области	
2.1. Организация работы пресс-службы Департамента здравоохранения и социальной политики по Белгородской области.....	36
2.2. Направления PR-деятельности, реализуемые Департаментом здравоохранения и социальной политики по Белгородской области. Технологии PR-продвижения проектов.....	40
2.3. Технологии связей со СМИ в PR-деятельности Департамента.....	48
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	65
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	67

ВВЕДЕНИЕ

PR – это деятельность, которая направлена на формирование положительного образа организации, посредством каналов СМИ. Следовательно, PR-деятельность учреждений здравоохранения ориентирована на создание позитивного общественного мнения о здравоохранении в целом. На данном этапе здравоохранение претерпевает некоторую кризисную ситуацию, у которой можно выделить несколько факторов. Во-первых, система здравоохранения в нашей стране ведет закрытую политику. То есть общественность не всегда бывает осведомлена, какие профилактические меры предпринимаются, например, против распространения эпидемий, какие проекты вступают в силу по снижению смертности населения от сердечно-сосудистых заболеваний. Во-вторых, это существующее стереотипное мышление о здравоохранении: низкий уровень жизни в стране приводит к низкому обслуживанию медицинских услуг. Все это побуждает население скептически относиться к учреждениям здравоохранения. В связи с данными обстоятельствами, появилась необходимость в создании органов исполнительной власти – пресс-службы в департаментах здравоохранения.

За первые 3 месяца 2015 года смертность в РФ увеличилась на 5%. По данным Росстата, общее число умерших в январе – марте 2014-го составило 507 тыс. человек. Самой главной причиной смертности по-прежнему остаются болезни кровообращения. Так, из каждых 100 тыс. россиян от этих болезней умерли 718 человек. Из них 7% – в результате ишемической болезни сердца. [<http://newsland.com/user/4297740009/content/4713130>].

Опираясь на проведенный «Левада-центром» опрос, большинство населения считает, что смертность происходит по причине неправильно организованной медицинской помощи. По словам респондентов, существенной проблемой в России является недостаточная квалификация врачей, учитывая высокую технологичную оснащенность. Следствием этого

является возникновение актуальной проблемы здравоохранения. [<http://www.levada.ru/2015/10/15/otechestvennaya-sistema-zdravoohraneniya-rossiyan-ne-ustraivaet>].

На сегодняшний день PR является неотъемлемой частью во всех сферах жизнедеятельности человека, начиная от деловых отношений какого-либо предприятия заканчивая государственными учреждениями. Не являются исключением и учреждения здравоохранения.

Как мы упоминали ранее, на данном этапе здравоохранение в России находится в критическом состоянии. Поднимаются вопросы бесплатной и платной медицины, недоступности приобретения лекарственных средств. Проблемы в системе здравоохранения существуют не только в России, но и в Европе и странах Запада. Способом проб и ошибок, основываясь на опыт других стран, специалисты по связям с общественностью должны постепенно поднимать показатели системы здравоохранения.

Департамент здравоохранения является отраслевым органом исполнительной власти, осуществляющим исполнительно-распорядительные функции в отношении органов, учреждений, организаций и предприятий здравоохранения. [<http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/892672>]

В обязанности PR-специалиста в области здравоохранения входят:

- Формирование и поддержание положительного образа учреждений здравоохранения.
- Организация тематических конференций, заседаний, семинаров, лекций и тематических школ.
- Взаимодействие со СМИ и государственными учреждениями
- Создание благоприятных отношений с населением
- Организация презентаций, а также всевозможных общественных мероприятий.

PR в системе здравоохранения выступает средством управления социальной политики государства, так же средством непосредственной помощи больным людям. Создание и усовершенствование определенных

технологий помогут решить возникшие проблемы в области медицины и социальной защиты населения. Технологии PR имеют важнейшее значение в учреждениях здравоохранения в рамках профессиональной медико-социальной работы.

Данная тема является актуальной, так как некоторые аспекты деятельности пресс-службы Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области до сих пор остаются недостаточно полно изученными.

Объектом данной дипломной работы является PR в сфере здравоохранения.

Предметом изучения выступает деятельность пресс-службы Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области.

Цель данной работы состоит в том, чтобы изучить основные направления деятельности пресс-службы Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области, определить специфику работы и способы её реализации посредством конкретных PR-технологий.

Исходя из поставленной цели, мы можем определить следующие **задачи** работы:

1. Изучить сущность, понятие и виды PR в сфере здравоохранения.
2. Рассмотреть основные направления деятельности и функции пресс-службы в сфере здравоохранения.
3. Выявить специфику работы пресс-службы в сфере здравоохранения.
4. Охарактеризовать технологии PR-продвижения проектов, реализуемые Департаментом здравоохранения и социальной защиты населения по Белгородской области.
5. Проанализировать основные технологии связей со СМИ в PR-деятельности Департамента.

Теоретическую базу исследования составили труды отечественных исследователей Кондратьева Э.В., Абрамова Р. Н., Лисицына Ю.П., Мурашко Ю., и др. В работах данных исследователей раскрывается понятие PR-кампании и выделяются ее составляющие, характеризуется структура и направления деятельности PR-подразделения, описывается содержание PR-технологий в государственных учреждениях, а также содержатся сведения о концепциях медицины и здравоохранения в РФ.

Методы исследования. В работе привлекаются следующие методы: анализ, обобщение, неформализованное интервью, включенное наблюдение, контент-анализ. Анализ и обобщение необходимы для осмысления теоретического материала. Неформализованное интервью применялось для выявления особенностей работы пресс-службы в области здравоохранения. Включенное наблюдение позволило определить специфику текущей деятельности пресс-службы учреждения и, в частности, выявить основные трудности, с которыми сталкивается пресс-служба. С помощью метода контент-анализа была определена частота повторений, актуализированных тем, указывающих на содержание деятельности пресс-службы.

Эмпирическая база: текущие и отчётные данные о деятельности Учреждений здравоохранения, размещённые на сайтах Департаментов здравоохранения и социальной защиты населения по различным регионам РФ; пресс-релизы Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области (2013-2016 гг.); данные самостоятельно проведённого интервью; данные самостоятельно проведённого включённого наблюдения.

Структура исследования. Дипломная работа состоит из введения, двух частей, заключения, списка использованной литературы.

1. НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕСС-СЛУЖБЫ УЧРЕЖДЕНИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

1.1 PR в сфере здравоохранения: содержание, функции, виды, специфика

Чтобы определить, какой смысл исследователи вкладывают в понятие PR в сфере здравоохранения, нам необходимо прибегнуть к понятию PR в целом и выявить его содержание. Слово ПИАР (PR) является просторечием, которое создано с помощью искусственного способа словообразования, т.е. за счет сокращения слов. PR (Public Relations) в переводе с английского обозначает связь с общественностью.

Институт общественных отношений предоставляет следующее истолкование термина PR:

Public Relations – это целенаправленная деятельность, в планы которой входит разработка и стабилизация благоприятных и доверительных отношений между организацией и аудиторией [Алешина 2006: 25].

PR – это сочетание методов и приемов, применяемых для внедрения нужного информационного сообщения конкретной целевой аудитории. С помощью данной PR-технологии возможно оставить в сознании людей необходимую информацию [Гундарин 2007: 64].

Некоторые сторонники менеджмента считают, что PR – это управленческая функция, продвигающая организацию, с помощью налаживания контактов и тесного взаимодействия с аудиторией [Ильченко 2005:10].

Также можно добавить, что PR является одной из разновидностей менеджмента как института. Здесь PR выступает модератором и координатором по решению многих проблемных вопросов в организации. Специалисты по связям с общественностью создают положительный,

здоровый климат в организации, как внутри, так и по отношению окружающей их действительности.

Ученые формулируют все больше и больше новых понятий PR. Рассмотрим самые распространенные определения PR.

PR — это не просто отделы по связям с общественностью, которые только и способны давать рекомендательные предложения той организации или учреждению, в которой они состоят [Емельянов 2005: 13].

Можно отметить, что деятельность PR – это полноценная и трудоемкая работа по созданию желаемого положительного образа в сознании у аудитории. Соответственно PR – это наука и искусство сотворения взаимопонимания и благоприятных отношений между организацией или компанией и целевой группой. Такая интерпретация понятия PR дается в Третьем издании международного Уэбстерского толкового словаря. [Словарь Уэбстера (Webster's Dictionary) 1975].

PR — технология управления людьми, которая анализирует оценку отношения и восприятия какой-либо идеологии, осуществляет политику внедрение новых идей и воздействует на общественность. Целью такой деятельности является расположить к себе аудиторию [Блэк 2002: 202].

PR напрямую оказывает помощь лидеру компании. Он помогает выяснить в каком состоянии находится массовое сознание общества, к каким предпочтениям прибегает аудитория, как относятся к тому или иному событию.

PR – это умение искусно достигать гармонии с помощью установления контакта с нужной аудиторией, в основе которого лежит достоверная и всеобъемлющая информация. [Абрамов 2009:17].

Один из выдающихся профессионалов по PR, также его называют отцом PR деятельности Э. Бернейз предложил следующее определение данного термина: «PR – это попытка внушить общественности свою позицию и тенденции, с целью принятия аудиторией этих взглядов; усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход

или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот» [Бернейз 2010: 23].

Существует и такое определение: «PR – это специфический комплекс управления целевой аудиторией, который позволяет регулировать информацией, с помощью создания нужных информационных событий, донесения информации до общественности посредством медиа каналов; результатом такой деятельности является сформировавшееся мнение какой-либо общественной группы о необходимом объекте» [Буари 2001: 9].

В современных условиях, в век изобилия и многообразия предпочтений, PR оказывает большое влияние на общественность. PR содействует тому, чтобы люди принимали желаемое для организации или учреждения решение. В первую очередь, PR направлен на публику или общественность. Одним из важных принципов PR является нахождение подходящей общественной группы, т.е. целевой аудитории, которая была бы близка по мышлению и была бы связана с той или иной организацией или учреждением [Кривоносов 2010: 38].

Существуют следующие виды аудитории (эту типологию можно назвать классической):

1. Внешняя
2. Внутренняя

В рамках нашей работы нас интересуют только те типы внешней аудитории, которые так или иначе причастны к учреждению или организации. К таким группам относятся: сотрудники СМИ; провайдеры; местное население; пользователи услуг; государственные учреждения.

Спецгруппа, в которую входят сотрудники школ, больниц, департамента образования, департамента здравоохранения и т.д. [<http://www.uamconsult.com>].

Имея достаточное представление о PR, мы приступим к изучению понятия здравоохранения как системы.

Существует множество определений термина здравоохранения, но приведем в пример только несколько.

Татьяна Ефремова - российский лингвист и лексикограф, дает следующее определение:

Здравоохранение - это комплекс действий, осуществляемых государством и направленных на защиту здоровья населения, профилактику и лечения заболеваний, поддержание общего благосостояния людей [Ефремова 2000:95].

Согласно Большому энциклопедическому словарю, здравоохранение – это «порядок запланированных событий, предусмотренных в социальной, медицинской области, которые ориентированы на охрану здоровья и улучшение уровня жизнедеятельности населения» [<http://www.vedu.ru/bigencdic>].

Сергей Иванович Ожегов в Толковом словаре русского языка слово «Здравоохранение» определяет следующим образом: «Здравоохранение - обеспечение защиты здоровья общественности, предотвращение развития заболеваний и сохранение высокого уровня самочувствия населения» [Ожегов 2007:120].

Существует и такое определение понятия, согласно Словарю медицинских терминов: «Здравоохранение – это ряд принимаемых государством способов и приемов по оказанию медицинской помощи, направленные на общественность в целом, а также касающегося каждого лично». [<http://medbooka.ru>].

Можно заметить, что все определения в целом идентичны по содержанию и дают полную картину об этом феномене. Приведем последнее определение понятие «Здравоохранения». Его мы взяли из действующего законодательства, из ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в РФ». В данном законе трактуется следующее определение: «здравоохранение является деятельностью государственной власти, оказывающая

непосредственную поддержку населения в общедоступной медицинской помощи» [<https://www.rosminzdrav.ru>].

Здравоохранение как система – это медицинское обслуживание, которое предоставляется каждому гражданину страны. Государство, в свою очередь, должно принимать все необходимые меры по улучшению медицинской помощи и повышению качества оказываемых услуг [Апаркина 2013:29].

Нами были выделены следующие рабочие определения:

PR – это коммуникативная функция управления, посредством которой организации адаптируются к окружающей их среде, меняют (или же сохраняют) её во имя достижения своих организационных целей. [Маркони 2006: 13].

Данное определение понятия PR нам подходит, так как система здравоохранения постоянно ставит перед собой все новые задачи в связи с выявлением новых проблем в этой области.

Мы выделили следующее определение здравоохранения: это та часть социальной сферы, от состояния и развития которой зависят здоровье населения и его работоспособность, решение демографических и других социальных проблем, сохранение и укрепление экономического потенциала и экономической безопасности страны [<http://www.grandars.ru>].

Данное определение соответствует объекту и предмету нашей работы, потому что в нем отражены все стороны деятельности здравоохранения.

За основу в своей работе мы отметили следующее определение, которое мы сформулировали сами:

PR в сфере здравоохранения – это деятельность по продвижению медицинских учреждений, с помощью PR-технологий, направленных на сохранение и повышение уровня здоровья населения.

Имеются несколько основных правил, которых придерживается система здравоохранения. Данное положение было принято ВОЗ (Всемирной Организацией Здравоохранения) – это особый отдел ООН, в обязанности

которого входит разрешение проблемных вопросов (на международном уровне) в области здравоохранения.

Здравоохранение должно следовать следующим правилам: при оказании медицинской помощи, главенствующим образом, преобладают права человека; предоставлять только высокий уровень медицинских услуг; первоочередное внимание оказывать населению детского возраста; всегда учитывать изъясняемые требования лица, которому оказывается медицинская помощь; по законодательству, не оказанная медицинская гражданам помощь или незаконная деятельность в сфере здравоохранения, несет за собой правовую ответственность; легкость получения услуг в области здравоохранения; улучшение и повышение качества медицинской помощи, модернизация учреждений здравоохранения; самое главное правило, это сохранение врачебной тайны [Курдяев 2009:47].

Чтобы учреждения здравоохранения соблюдали таковые правила, был создан орган исполнительной власти - Департамент здравоохранения. В обязанности Департамента здравоохранения входит контроль над организациями, учреждениями в области здравоохранения, надзор за аптечными пунктами и компаниями. Целью органа здравоохранения является нормативное слежение за отношениями между медицинскими учреждениями и общественностью, т.е. происходит социальная защита прав населения в области медицинского обслуживания [Шакалов 2006:115].

Из этого можно выделить задачи департамента здравоохранения. Департамент здравоохранения и социальной политики населения занимается проведением различных мероприятий, которые имеют предупредительный характер различных болезней. Также в обязанности Департамента входит: осуществление контроля фармацевтического оснащения и закупки в учреждениях медобслуживания (к таковым относятся, госпитали, санатории, больницы, клиники, медицинские пункты, диспансеры).

Охрана здоровья населения – это одна из важнейших государственных задач, поэтому финансовая поддержка здравоохранения имеет

преимущество. Это касается государственных, не коммерческих организаций. Но если рассматривать это с другой стороны, то в деятельность учреждений здравоохранения нужно, исключительно, вкладывать, и взамен получать только здоровое и процветающее население [Ковалев 2008:27].

В сознании людей не всегда складывается положительный стереотип о нашем здравоохранении. Это происходит потому, что большинство прислушивается к давно известному факту: «дешевые услуги или товар – не качественное предложение; дорого - значит, хорошо!». Доказательство этому – проверенный жизненный опыт большинства людей. Из этого можно заключить, что нужно искоренять мнение о низком уровне предоставляемых государством медицинских услугах. С этой целью создается пресс-служба в департаментах здравоохранения. Она осуществляет оперативное информирование учреждений здравоохранения, и непосредственно населения конкретной области, о ситуации в здравоохранении; создает положительный имидж медперсонала, медучреждений, врачей разных специализаций, соответствующий сфере здравоохранения.

Отдел по связям с общественностью учреждения департамента здравоохранения призван выполнять следующие **функции**:

создание и проведение актуальных проектов в области здравоохранения;

медийное освещение PR-мероприятий;

помощь в создании и выпуске периодического печатного издания (если таковое имеется);

ведение сайта департамента здравоохранения и постоянное обновления контента;

SMM-продвижение (если в этом нет ограничений);

создание информационных поводов и подготовка информационных материалов;

доведение до руководства сведения о мероприятиях, которые будут проводится в ближайший месяц (составление медиа-плана);

ежедневный мониторинг прессы, как печатных изданий, так и в пространстве интернет;

подготовка и распространение пресс-релизов, пост-релизов и других материалов для прессы;

организации мероприятий с участием первых лиц департамента; взаимодействие со СМИ (звонки в издания для размещения необходимой информации о работе департамента здравоохранения);

оперативное размещение данных о состоявшемся событии в департаменте здравоохранения;

проведение пресс-конференций, брифингов и организация выступлений для СМИ руководителей департамента здравоохранения или сотрудников учреждений здравоохранения;

модерирование первых лиц департамента здравоохранения и работников здравоохранения при взаимодействии со СМИ;

спичрайтинг;

подготовка фото- и видеоматериалов, освещающих различные мероприятия департамента здравоохранения, для отчета о его проведении;

реализация и в дальнейшем анализ опросников разной тематики, которые проводятся на официальном сайте департамента (в опросе могут участвовать сотрудники департамента, работники учреждений здравоохранения, все население области и города, также любой желающий);

осуществляется тесное взаимодействие ЦРБ (Центральная Районная Больница) и Департамента здравоохранения и социальной защиты населения;

редакторский анализ текстов (работа со статистической информацией, которую присылают ЦРБ, извлечение нужной информации и на основании имеющихся данных написание информационной заметки);

разработка и проведение различных интерактивных рубрик (направленных на повышение обратной связи среди пациентов или населения в целом);

проведение круглых столов, коллегий;

разработка и создание профессионального тематического календаря для работников области здравоохранения;

изготовление познавательных информационных площадок для посетителей департамента здравоохранения [Хвастунова 2014: 41].

Но на этом функции пресс-службы не заканчиваются. Осуществление дополнительных функций зависит от множества факторов: от организации или учреждения, от отдела или подразделения, от города, области и района, где непосредственно находится департамент здравоохранения. Однако, мы указали самые основные.

В продолжении анализа PR в сфере здравоохранения, хотелось бы выделить разновидности этой области.

К области PR в здравоохранении относятся:

- PR медицинских услуг
- PR медицинских технологий
- PR лекарственных препаратов
- PR научных идей
- PR медицинской техники
- PR медицинских организаций [Алаева, Нечаева 2008: 16]

Здравоохранение, как и любая другая сфера жизнедеятельности имеет свои специфические стороны. Возможно, они будут пересекаться с деятельностью PR в других областях, но мы попытаемся максимально выделить характерные черты в изучаемом нами направлении.

Одной из основных задач пресс-службы департамента здравоохранения является налаживание контактов с общественностью. Обратим внимание на то, что пресс-служба в системе здравоохранения – это инструмент, по установлению связей с общественностью, с помощью которого передается информация о работе здравоохранения средствами массовой коммуникации.

В обязанности пресс-службы здравоохранения входит: донесение до населения данных и фактов, которые могут показать полноценный объем

проделанной работы. Специалистам по связям с общественностью необходимо рассказать населению, как здравоохранение заботится об их здоровье (ответить на вопросы: Что было сделано? Какие проекты проводились? На что они направлены? Чего ожидать? Привести статистические данные и сделать прогнозы). Мероприятия такого характера проводятся для того, чтобы население было в курсе всех событий, и граждане были причастны к программам в области здравоохранения.

Работников пресс-службы можно сравнить с журналистами, так как им приходится работать с огромными потоками информации. Полученная ими информация проходит тщательную обработку, поддается корректированию, редактированию. Только после того, как тексты можно будет легко воспринимать, пресс-служба отправляет информацию в СМИ.

Можно сделать вывод, что специалисты по связям с общественностью департамента здравоохранения являются представителями данного учреждения, в какой-то мере даже защитниками департамента. PR-специалистам приходится каждый день решать множество проблемных вопросов.

Нередки случаи, когда СМИ могут недопонять какую-либо новость и осветить ее в негативном для департамента здравоохранения ключе. (Например, область нуждается в финансировании лекарственных средств, а СМИ, в свою очередь, пишут о том, что в области нет нужных для населения лекарств, и положение, в котором находится город и районы крайне тяжелое). Конечно, в такой сложившейся ситуации нужно незамедлительно связаться с редакцией и попросить исправить статью.

Однако, не стоит заикливаться на донесении информации аудитории через СМИ. PR-специалист должен ориентироваться в социальном пространстве, быть гибким в принятии решений, быть осведомленным о последних новостях в сфере здравоохранения. Отметим, что пресс-служба не может создавать положительный образ врача, если специалист таковым не является. Необходимо создавать не образ, а подлинный персонаж лечащего

врача. Невозможно заставить верить в то, чего на самом деле не существует. Чтобы PR-специалисту избежать неприятных ситуаций, лучше придерживаться следующих правил: распространять только правдивую и проверенную информацию (стоит задуматься, какая будет степень доверия у населения и у средств массовой информации к пресс-службе департамента здравоохранения, если информация не соответствует действительности); негативные и проблемные стороны здравоохранения стоит преподносить, как данность, но в то же время ссылаться на работу, которая проводится департаментом здравоохранения для устранения злободневных вопросов. Также необходимо осуществлять ежедневный мониторинг СМИ, чтобы следить за новостями в области здравоохранения. Взаимодействие со СМИ лучше осуществлять открыто.

1.2 PR как средство продвижения проектов в системе здравоохранения

Продвижение проектов – это одна из задач пресс-службы департамента здравоохранения.

PR-мероприятия помогают наглядно презентовать программы и проекты департамента здравоохранения. Какие именно проекты и программы продвигает департамент здравоохранения мы рассмотрим на примере учреждения департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области.

1. Организация электронного информационного взаимодействия между управлением ЗАГС Белгородской области и ОГКУ «Государственный архив Белгородской области» при предоставлении управлением ЗАГС Белгородской области государственной услуги по государственной регистрации актов гражданского состояния. Программа направлена на сокращение времени, предоставляемых государством услуг по государственной регистрации актов гражданского состояния при

выдаче повторного свидетельства или иного документа, подтверждающего наличие либо отсутствие факта государственной регистрации акта гражданского состояния, находящихся на хранении в ОГКУ «Государственный архив Белгородской области». Планируемый срок реализации программы – 1,5 года.

2. «Повышение качества обслуживания населения патологоанатомической службой ОГБУЗ «Шебекинская ЦРБ» и отделением бюро судебно-медицинской экспертизы Шебекинского района». В данном проекте стоит задача: создать дополнительные
3. формы обслуживания (услуги) в патологоанатомическом отделении ОГБУЗ «Шебекинская ЦРБ» и филиале бюро судебно-медицинской экспертизы Шебекинского района. На достижение реализации проекта уйдет меньше года.
4. Централизация лабораторной службы Белгородской области. Программа нацелена на сокращение сроков выполнения лабораторных тестов в областных и муниципальных лабораториях с 8 до 2 дней. На осуществление проекта будет потрачено менее двух лет.
5. Создание региональной системы постинтернатного сопровождения выпускников «Вместе к успеху». Планируется обеспечить детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей, и лиц из их числа, проживающих в Белгородской области, после окончания пребывания в детских-домах, школах-интернатах, замещающих семью, в возрасте до 23 лет, поддержки и помощи на основе индивидуального сопровождения в рамках региональной системы сопровождения. Реализация проекта будет проходить в течении трех лет.
6. Программный комплекс «Военно-учетный стол организации». Программа должна оказать помощь в автоматизированном ведении воинского учёта с использованием Программного комплекса «Военно-учетный стол организации» в 91 учреждении здравоохранения области.

Окончательная реализация программного комплекса должна пройти по прошествии двух лет.

7. Проект по снижению летальности от острых сердечно-сосудистых катастроф в ОГБУЗ «Белгородская ЦРБ». Срок реализации проекта 1,5 года.
8. Программа по внедрению комплекса профилактических мероприятий. «Предупреждению развития хронических неинфекционных заболеваний населения Краснояружского района». Цель: снижение смертности населения от болезней системы кровообращения на территории Краснояружского района. Реализация в течение двух лет.
9. «Внедрение модели углубленного онкологического скрининга населения на пилотных территориях Ивнянского и Яковлевского районов». Мероприятие направлено на снижение смертности населения от злокачественных новообразований на территориях Яковлевского и Ивнянского районов. Осуществление программы продлится сроком в один год.
10. Проект по внедрению на территории области обрядов бракосочетания; создание индивидуальных сценариев для каждого муниципального района и городского округа с использованием брендов данных территорий. Срок реализации данного проекта 1,5 года.
11. Программа по стимулированию рождения первых детей у супружеских пар активного репродуктивного возраста в ранний период брака. Реализация с целью увеличения численности родившихся первых детей. Осуществление предложенного проекта будет проходить в течение 3 лет.
12. Модернизация детской областной больницы. Проект нацелен на обеспечение доступности медицинской помощи детям Белгородской области. Осуществление проекта планируется сроком на 4 года.

Эти примеры проектных программ показывают только часть той работы, которую выполняет пресс-служба департамента здравоохранения.

Главным средством продвижения проектов в системе здравоохранения является организация и проведение пресс-конференций (пресс-собраний), брифингов, круглых столов, школ. Организация какого-либо мероприятия всегда сопровождается конкретной целью. Благодаря проведению таких мероприятий, пресс-служба формирует положительное мнение об учреждении здравоохранения и повышает уровень, оказываемых населению, медицинских услуг. Проводить такого рода мероприятия следует тогда, когда появляются благоприятные новости (это могут быть даже пресс-конференции, посвященные подведению итогов года; необходимо осветить позитивную сторону деятельности работников здравоохранения). Планирование организации мероприятия и его создание всегда трудоемкий процесс. Следует тщательно продумать и ответить на вопросы: зачем проводим? Каков будет конечный результат?

PR-специалисты, должны проводить пресс-конференцию в связи с каким-либо событием. Такое событие называют, чаще всего, информационным поводом.

Существует ряд этапов, которых следует придерживаться в проведении пресс-конференций: для начала необходимо выяснить у руководства департамента здравоохранения, что является предвестником дня, недели, ближайшего месяца. Стоит обращаться не только к руководству, но и узнавать нужную информацию у работников медицинских учреждений. Только после сбора актуальной для нас информации, можно определяться с видом мероприятия (пресс-конференция, брифинг, круглый стол и т.д.) и его тематикой. Затем следует заняться написанием пресс-релиза. После этого необходимо связаться с журналистами и разослать им пресс-релиз. Это надлежит сделать за неделю до мероприятия.

После того, как мероприятие завершилось необходимо оперативно написать об этом заметку и опубликовать на официальном сайте департамента здравоохранения. Допустимо распространить этот материал

средствам массовой информации, которые не присутствовали на мероприятии.

В современных условиях, в век веб-технологий, происходит популяризация сети Интернет. Таким инструментом продвижения пользуются не только коммерческие организации, но и государственные учреждения. Департамент здравоохранения не является исключением. На примере, учреждения Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области, мы проанализируем официальный сайт и попытаемся провести сравнительный анализ с сайтами Департамента здравоохранения других городов.

На сайте имеется «Рекомендательный» раздел, который содержит просветительный характер. Страница заполнена рекомендациями и памятками по профилактике какого-либо заболевания, инфекции, гриппа. Затем идут проектные рубрики.

«Поделись одеждою своей» - это проектный раздел, где можно ознакомиться со всеми пунктами приема (адресами) области малоимущим семьям. Важно отметить, что помимо всего этого, имеются правила разрешения споров и конфликтов между медицинским учреждением и пациентом. Их может изучить каждый посетитель сайта департамента здравоохранения.

«Территориальная программа государственных гарантий» - с территориальной программой государственных гарантий бесплатного оказания жителям Белгородской области медицинской помощи можно ознакомиться, пройдя по предоставленной ссылке.

«Конкурс детских рисунков» - обеспечивает просмотр рисунков всех участников программы.

Следом, идет раздел, в котором граждане Белгородской области могут узнать о своих правах в сфере здравоохранения.

Следующий блок разделов: «Портал ВМП» - позволяет проследить свою очередь на оказание бесплатной высокотехнологичной медицинской

помощи в федеральном медицинском учреждении. Проверить это можно на портале ВМП (указана ссылка) по номеру талона пациента.

«Наличие льготных лекарственных средств в аптеках» - пациенты могут ознакомиться с перечнем лекарств, которые выдаются бесплатно по льготному рецепту.

Рассмотрим сайты департамента здравоохранения других городов и проведем сравнительную характеристику.

Возьмем для сравнения сайты департаментов здравоохранения Московской, Ленинградской, Новгородской областей и Ставропольского края.

На сайте *Министерства здравоохранения Московской области* содержатся следующие разделы: «Министр», «Структура», Мероприятия, «Документы», «Новости». Первое, что привлекает внимание посетителя, – это информационное поле новостей. Далее, пролистнув ленту можно ознакомиться со справочной информацией о различных социальных программах для населения. Затем, новости разбиваются по тематическим блокам: «Новости Подмосковья», «Официальная хроника», «Муниципальные новости». Чуть ниже располагается перечень Губернаторских программ области. Следом можно задать вопрос Министерству здравоохранения Московской области. Также на сайте имеются разделы «Медиагалерея» и раздел, касающийся проектов и программ, реализуемых министерством. В разделе «Министр» можно ознакомиться с биографией Министра здравоохранения МО, узнать о мероприятиях, осуществляемых министерством и просмотреть нормативно-правовые акты. Названия остальных разделов говорят сами за себя

Комитет по здравоохранению Ленинградской области.

Сразу можно сделать акцент на разработанную мобильную версию сайта данного учреждения. Это также является способом продвижения проектов. Информация разбита по разделам: «Общая информация», «Программы и планы», «Новости», «Правовая база», «Контакты». Далее

можно наблюдать деление на блоки: «Государственные услуги» (с ссылкой на порталы государственных и муниципальных услуг); «Государственный заказ» (с ссылкой на официальный сайт Единой информационной системы в сфере закупок); новостной блок (информация для ознакомления о деятельности Губернатора и Правительства Ленинградской области, анонсы предстоящих событий и комментарии руководителей региона о наиболее актуальных событиях в области, стране и мире, а также ссылки на страницы новостей органов исполнительной власти Ленинградской области).

Министерство здравоохранения Ставропольского края.

Первое, что можно увидеть, зайдя на сайт министерства – это объявления о проведении мероприятий, конкурсов, проектов. Они представлены в виде интерактивного баннера, который автоматически пролистывает объявление каждые несколько секунд. Ниже показаны пресс-релизы, которые расформированы по датам. Также, как и на других сайтах учреждений здравоохранения информация распределена по разделам: «О министерстве» (общая информация), «Государственные услуги» (описание предоставляемых услуг населению области), «Деятельность» (информация о планируемых или проведённых Министерством здравоохранения мероприятиях, возможность получения информации о медицинских стандартах, целевых программах, ценах на жизненно необходимые важнейшие лекарственные средства, данных по госзаказу Министерства, и др. деятельности Министерства здравоохранения Ставропольского края); «Публикации» (новостная информация, пресс-релизы); «Общественная приемная» (подразделы: «Порядок приема и рассмотрения обращений граждан», «Прием граждан», «Контакты», «Прямая линия по вопросам антикоррупционного просвещения», «Отправка письма», «Вопросы-ответы», «Обзор обращений граждан», «Наш адрес», «Полезные ресурсы»). Хочется отметить отличие от других сайтов - к каждому разделу имеется лаконичное описание, что экономит время и в целом упрощает поиск нужной информации.

Департамент здравоохранения Новгородской области.

Сайт начинается с рубрики «Будьте с нами» (активное продвижение департамента здравоохранения в социальных сетях), чего нельзя отметить на других сайтах. Обратим внимание, что на сайте имеются похожие разделы, ранее нами рассмотренных сайтах: «Департамент», «Населению», «Специалистам», «Медицинская палата», «Лекарства», «Пресс-центр», «Контакты». Существуют новостные блоки, блоки важных объявлений и информационные блоки. Происходит активное обновление контента.

Нами были проанализированы пять сайтов учреждений департамента здравоохранения, включая департамент нашей области. Сравнительный анализ был проведен с целью оценки эффективности и результативности работы пресс-службы департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области. Сравнивая официальные сайты данных учреждений можно прийти к выводу: все сайты обладают однотипными разделами, рубриками и блоками. Сайт «Белздрав» может составить серьезную конкуренцию другим сайтам учреждений здравоохранения крупных городов страны.

Проведенное нами исследование показывает, что пресс-служба Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области использует достаточный объем PR-методов, инструментов, технологий для продвижения проектов в системе здравоохранения.

Нами уже было упомянуто, что пресс-служба департамента здравоохранения занимается продвижением проектов с помощью поддержания и обновления контента официального сайта. Также для осуществления продвижения сайта департамента существует вспомогательный PR-метод – продвижение с помощью социальных сетей (SMM-продвижение). Заметим, что такого рода продвижение в интернет ресурсах можно увидеть не на всех сайтах с государственной направленностью. Данный способ только входит в обиход учреждения

департамента здравоохранения, когда в не государственных организациях SMM-продвижение развивается вовсю. Это заставляет задуматься, зачем департаменту здравоохранения продвигать себя в социальных сетях. Ведь здравоохранение — это такой вид предоставляемых услуг, где населению необходимо оказание медицинской помощи. Стоит ли вести страницы в социальных сетях, чтобы повысить рейтинг учреждения? Но это не главная задача SMM-продвижения пресс-службы департамента. В первую очередь, департамент здравоохранения должен иметь обратную связь с населением. Вопросно-ответная коммуникация поможет стать ближе к общественности и повысить уровень доверия. В большинстве случаев проекты, продвигаемые интерактивным способом направлены на молодое поколение, так как этот сегмент населения лучше ориентируется на просторах Интернет.

Самый распространенный способ продвижения, которым пользуется пресс-служба департамента здравоохранения, – рассылки информации в СМИ. Население может, с таким же успехом, узнать о реализации проектов департамента здравоохранения.

Подается эта информация в разных формах (например, пресс-релиз, анонсы). Об этих и других формах представления информации СМИ, мы коснемся подробнее в следующей главе.

1.3 Особенности взаимодействия учреждения здравоохранения со СМИ

Как мы упоминали ранее, одной из ключевых задач пресс-службы является взаимодействие со средствами массовой информации. Цель взаимодействия очевидна - распространение информации общественности о работе департамента здравоохранения. Существует несколько форм подачи информации СМИ: пресс-релизы, анонсы, поздравления, имиджевые статьи, интервью, буклеты.

Пресс-релиз – это информация PR-направленности о событии, которое состоялось или же должно состояться, рассылаемая СМИ, для задействования журналистов. Пресс-релиз предоставляется не только СМИ, но иногда и участникам мероприятия.

Каналами распространения могут выступать, как печатные издания, так и местное телевидение. Рассылка осуществляется после того, как пресс-служба департамента здравоохранения ознакомит и согласует с руководством содержание пресс-релиза. Пресс-релиз должен включать в себя (ответы на вопросы: Что? Где? Когда?) информацию о месте и времени проведения, о событии в целом. Также он может подкрепляться дополнительными фактологическими данными. [Тихомиров 2007:234].

Анонс – это предварительное оповещение населения, посредством СМИ, о предстоящем событии. Целью анонса является донесение до аудитории о будущих проектах и конкурсах департамента здравоохранения, в которых можно будет поучаствовать. Обычно анонсы передаются всего в нескольких предложениях и этим сразу привлекают внимание.

Поздравления – один из разновидностей PR-текстов. Зачастую, департамент здравоохранения поздравляет врачей, работников учреждений здравоохранения, сотрудников департамента с юбилеем, с международными и профессиональными праздниками. В содержании делается акцент на деятельность врача, либо работника больницы, тот вклад в здравоохранение, который внес объект поздравления. Например, «Поздравление с Днем социального работника».

Имиджевая статья – это статья, цель которой формирование положительного образа учреждения. В нее входит фактологическая и статистическая информация, для того чтобы завоевать доверия населения. Имиджевая статья просвещает население о том, что было сделано на благо населения, какие работы проводятся на данный период времени. В связи с этим формируется общественное мнение, положительный взгляд на учреждение департамента здравоохранения.

Имиджевое интервью – это вопросно-ответная форма беседы. Данный жанр PR текста, помогает отразить личное мнение того, кто так или иначе имеет отношение к здравоохранению. Делается это затем, что бы население было в курсе суждений лица, у которого берется интервью. Также предметом беседы может выступать мероприятие, событие. Собеседником может быть врач в той или иной области медицины, работники больниц и т.д. Можно отметить, что в имиджевом интервью не может присутствовать дискуссия. С помощью четко структурированной вопросно-ответной коммуникации, формируется общая картина по интересующей нас теме. К примеру, на сайте Департамента здравоохранения размещено «Интервью Министра здравоохранения Российской Федерации Вероники Скворцовой».

Аналогично, пресс-служба может предоставлять информацию СМИ в форме буклета. Буклет обычно содержит информацию об учреждениях здравоохранения области, о департаменте здравоохранения, о конкурсах и проектах. Целью буклета является просвещение общественности об актуальной на сегодняшний день информации в области здравоохранения. [<http://evartist.narod.ru>].

Пресс-служба должна грамотно подходить к процессу налаживания контактов со СМИ. Важно взаимодействовать с журналистами и вовремя предоставлять необходимую для населения информацию. Эта информация должна быть правдивой и понятной общественности.

Единственным оперативным способом распространения информации являются каналы средств массовой информации. Контакттировать предпочтительнее с главными СМИ области, так как районные теле- и радиовещательные центры не эффективны и не оперативны в освещении. Пресс-служба департамента здравоохранения контактирует исключительно с государственными телевизионными и радиовещательными компаниями, с информационными агентствами, с зарегистрированными он-лайн СМИ.

Взаимодействие пресс-службы департамента со СМИ происходит посредством телефонных переговоров, личных встреч, интервью, рассылки материалов и проведения мероприятий.

Личная коммуникация с журналистами имеет свои положительные стороны, но это касается того случая, когда пресс-служба еще не имеет никаких связей со СМИ. Беседовать по телефону лучше если пресс-служба имеет полный список надежных средств массовой информации, с которыми работает. Стоит сделать звонок журналистам, а в последующем рассылать пресс-материалы. Налаживание и сохранение благоприятных отношений с редакциями дают возможность полноценно передавать информацию населению о деятельности учреждений здравоохранения.

Обратимся подробно к видам мероприятий, с помощью которых можно осуществить PR-продвижение проектов. Как мы упоминали ранее, пресс-служба может проводить следующие мероприятия: пресс-конференции, пресс-пулы, коллегии, круглые столы, брифинги, превью, заседание с журналистами, медицинские школы.

Пресс-конференция – встреча первых лиц департамента здравоохранения, сотрудников медицинских организаций, квалифицированных специалистов в области медицины, врачей разных специализаций, со средствами массовой информации для обсуждения важных в области здравоохранения вопросов. Это один из эффективных и публичных методов распространения актуальной информации, которая нуждается в освещении. Не стоит организовывать пресс-конференцию только ради оглашения какой-либо статистической информации. Это можно включить в заметку, статью, пресс-релиз. Обычно авторами идеи проведения такого мероприятия становятся руководители департамента, специалисты пресс-службы департамента здравоохранения.

Можно сделать вывод, что пресс-конференция – это мероприятие, на котором рассматриваются и обсуждаются злободневные вопросы в системе здравоохранения, целью которого является создание путей их разрешения.

Чаще всего пресс-конференции департамента здравоохранения проводятся в актовом зале городских, областных и районных больниц, в том числе во всех учреждениях здравоохранения. Спикерам предоставляются специальные места за столом, на которых имеется вода (только в стеклянных бутылках), карточка с их именами и все необходимые им принадлежности. За этим следит непосредственно специалист по связям с общественностью департамента. Временные ограничения пресс-конференции устанавливаются от 1 часа до 1,5. Продолжительность должна быть заранее оглашена всем участникам этого мероприятия.

Брифинг - это собрание, которое не занимает долговременного заседания. По продолжительности, брифинг можно сравнить с «летучкой», т.к. он длится около получаса. В таком мероприятии участвуют только специалисты по связям с общественностью и представители средств массовой информации. В данном случае пресс-служба представляет интересы департамента здравоохранения, отвечая на вопросы журналистов или давая комментарий по какому-либо событию.

Круглый стол – это заседание, которое проводится в дискуссионной форме. Участниками могут выступать первые лица области и города; руководящий персонал, сотрудники департамента здравоохранения; приглашенные гости, компетентные по вопросам здравоохранения; главврачи и медперсонал; приглашенные журналисты, чтобы рассказать общественности о прошедшем собрании. Такое мероприятие посвящено беседе по той или иной проблеме, событию. Цель данного собрания: задействовать население в решении актуальных на данный момент проблем. Обычно, предмет обсуждения объявляется за 15 дней до дня собрания. Круглый стол проходит в формате обсуждения и высказывания мнений каждого из участников. В завершение заседания, подводят итоги по обсуждаемой теме и резюмируют воедино.

Также, можно использовать в продвижении такой метод, как превью. Это демонстрация чего-то нового прежде его официального показа. В сфере

здравоохранения это может быть оснащение больниц новым медоборудованием, открытие новых медицинских учреждений, лабораторий. Участниками здесь выступают только журналисты и медперсонал, чтобы осуществить предварительное наблюдение и в дальнейшем рассказать общественности об увиденном. Продолжительность прерыва составляет от 1 до 2 часов. [Гундарин 2006:68].

В сфере здравоохранения проводятся такие специфичные проектные мероприятия, как школы здоровья, которые направлены на обучение пациентов по разным направлениям (например, школа по борьбе с курением, кардиологические школы и т.д.). Данная программа носит профилактический характер, и направлена на предупреждение развития заболеваний у населения, сохранению здоровья и продлению жизни человека.

Что касается кризисных ситуаций в сфере здравоохранении, то они имеют место быть. При таких «острых» информационных поводах перед пресс-службой департамента лежит трудная задача: открыто заявить, какие проблемы возникли и что стало их причиной. [Демин 2003:43].

Существует основная проблема взаимодействия связей с общественностью в области здравоохранения со СМИ. Дело в том, что средства массовой информации критично относятся к здравоохранению.

Самыми эффективными способами распространения информации аудитории здравоохранения (пациенты, местное население), являются, непосредственно личные коммуникация, а также освещение СМИ о ситуации здравоохранения на сегодняшний день, и общей информации о поликлиниках, больницах. В здравоохранении, как и в любой другой сфере деятельности главнейшими характерными чертами являются:

- Честность
- Оперативность
- Доступность

Только с помощью этих качеств можно наладить контакт со СМИ. В каждом учреждении здравоохранения существует представитель (в

большинстве случаев это пресс-секретарь, пиар специалист), наделенный полномочиями отвечать на все задаваемые вопросы, которые поступают от СМИ. Взаимодействие администрации медицинских учреждений дает возможность непосредственно общаться с населением через канал средств массовой информации и тем самым влиять на аудиторию.

Одной из ключевых задач специалиста по связям с общественностью в области здравоохранения является подготовка врачей к интервью. Необходимо грамотно выстроить ответы на вопросы и предоставить полноценную информацию представителям СМИ. Существует такая закономерность: если представитель от СМИ получил достаточно много информации, то и в своем репортаже он сможет целостно и наиболее подробно коснуться вопросов здравоохранения [Шишкина 2013:98].

Существует еще одна проблема, когда пациент предоставляет СМИ свою субъективную информацию, а врач в свою очередь высказывается со своей профессиональной точкой зрения. Чтобы не возникали противоречия и расхождения в информации об пациентах следует придерживаться «Правил соблюдения конфиденциальности медицинской информации». [Федеральный закон РФ №152 «О защите персональных данных»]. Это касается не только средств массовой информации, но и медработников.

1) Следует защищать личные права граждан (для того, чтобы по отношению пациентов не было обстоятельств, которые привели бы к неловкостям, презрению или же насмешкам).

2) Необходимо способствовать распространению точной, достоверной и актуальной информации.

3) Придерживаться честного и открытого отношения во всем.

К правилам по соблюдению конфиденциальности медицинской информации относятся такие аспекты, как:

- история болезни
- психическое или физическое состояние пациента

- особенности лечения. [Основы законодательства Российской Федерации об охране здоровья граждан].

Для соблюдения данных правил каждому медицинскому учреждению следует иметь специалиста, который бы в любое время суток взаимодействовал со средствами массовой информации.

Но даже при соблюдении всех указанных выше рекомендаций и правил следует соблюдать осторожность. Правовые и этические соображения ограничивают возможности организаций здравоохранения отвечать на предъявляемые им обвинения посредством СМИ. С другой стороны, в случае обращения пациента в суд должны быть учтены обязанности СМИ адекватно и точно передавать новости из мира медицины и обязанности организаций здравоохранения сотрудничать со СМИ в качестве добровольного источника информации, одновременно охраняя право на частную жизнь, профессиональную репутацию людей как внутри организации, так и за ее пределами [Журавлёва 2006: 74].

Вывод к первой главе.

В первой главе мы познакомились со множеством определений, но за основу в своей работе мы взяли всего несколько определений: PR – это коммуникативная функция управления, посредством которой организации адаптируются к окружающей их среде, меняют (или же сохраняют) её во имя достижения своих организационных целей. Здравоохранение – это та часть социальной сферы, от состояния и развития которой зависят здоровье населения и его работоспособность, решение демографических и других социальных проблем, сохранение и укрепление экономического потенциала и экономической безопасности страны. PR в сфере здравоохранения – это деятельность по продвижению медицинских учреждений, с помощью PR-технологий, направленных на сохранение и повышение уровня здоровья населения. Далее мы познакомились с функциями пресс-службы департамента здравоохранения: создание и проведение актуальных проектов

в области здравоохранения; медийное освещение PR-мероприятий; помощь в создании и выпуске периодического печатного издания (если таковое имеется); ведение сайта департамента здравоохранения и постоянное обновление контента; SMM-продвижение (если в этом нет ограничений);

создание информационных поводов и подготовка информационных материалов; доведение до руководства сведения о мероприятиях, которые будут проводиться в ближайший месяц (составление медиа-плана);

ежедневный мониторинг прессы, как печатных изданий, так и в пространстве интернет; подготовка и распространение пресс-релизов, пост-релизов и других материалов для прессы; организации мероприятий с участием первых лиц департамента; взаимодействие со СМИ (звонки в издания для размещения необходимой информации о работе департамента здравоохранения); оперативное размещение данных о состоявшемся событии в департаменте здравоохранения; проведение пресс-конференций, брифингов и организация выступлений для СМИ руководителей департамента здравоохранения или сотрудников учреждений здравоохранения; модерирование первых лиц департамента здравоохранения и работников здравоохранения при взаимодействии со СМИ; спичрайтинг; подготовка фото- и видеоматериалов, освещающих различные мероприятия департамента здравоохранения, для отчета о его проведении; реализация и в дальнейшем анализ опросников разной тематики, которые проводятся на официальном сайте департамента (в опросе могут участвовать сотрудники департамента, работники учреждений здравоохранения, все население области и города, также любой желающий); осуществляется тесное взаимодействие ЦРБ (Центральная Районная Больница) и Департамента здравоохранения и социальной защиты населения; редакторский анализ текстов (работа со статистической информацией, которую присылают ЦРБ, извлечение нужной информации и на основании имеющихся данных написание информационной заметки); разработка и проведение различных

интерактивных рубрик (направленных на повышение обратной связи среди пациентов или населения в целом); проведение круглых столов, коллегий;

разработка и создание профессионального тематического календаря для работников области здравоохранения; изготовление познавательных информационных площадок для посетителей департамента здравоохранения.

Но на этом функции пресс-службы не заканчиваются. Осуществление дополнительных функций зависит от множества факторов: от организации или учреждения, от отдела или подразделения, от города, области и района, где непосредственно находится департамент здравоохранения. Однако, мы указали самые основные. Также мы узнали какие существуют виды PR в здравоохранении: PR медицинских услуг, PR медицинских технологий, PR лекарственных препаратов, PR научных идей, PR медицинской техники, PR медицинских организаций. Познакомились с методами продвижения проектов в системе здравоохранения (пресс-конференция, брифинг, круглые столы, сеть Интернет). Рассмотрели проекты и программы, продвигаемые департаментом здравоохранения на примере учреждения департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области. Проанализировав официальный сайт Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области и сравнив его с сайтами Департамента здравоохранения других городов, мы выяснили, что пресс-служба Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области использует достаточный объём PR-методов, инструментов, технологий для продвижения проектов в системе здравоохранения.

Выяснили какие формы подачи информации СМИ существуют: пресс-релизы, анонсы, поздравления, имиджевые статьи, интервью, буклеты.

2. СОДЕРЖАНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕПАРТАМЕНТА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ И СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ПО БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Департамент здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области зарегистрировано 7 августа 2007 года. Деятельность Департамента относится к деятельности органов государственной власти субъектов (республик, краев, областей) (кроме судебной власти) представительств субъектов Российской Федерации при Президенте Российской Федерации.

В обязанности Департамента здравоохранения и социальной защиты населения входит осуществление государственного контроля качества и безопасности медицинских услуг по Белгородской области (соблюдение прав граждан в сфере охраны здоровья).

Коснемся структуры Департамента здравоохранения и социальной защиты населения учреждения. Всего Департамент здравоохранения имеет 14 отделов:

1. Юридический отдел
2. Отдел финансирования и бухгалтерского учета
3. Мобилизационный отдел
4. Отдел организации медицинской помощи женщинам и детям
5. Отдел организации медицинской помощи
6. Отдел лицензирования отдельных видов деятельности
7. Отдел развития здравоохранения и демографической политики
8. Отдел лекарственного и материально-технического обеспечения медицинских организаций
9. Отдел фармацевтической деятельности
10. Отдел экономики, прогнозирования и материального обеспечения
11. Отдел контроля за деятельностью медицинских организаций

12. Отдел контроля качества предоставления государственных и муниципальных услуг

13. Отдел кадровой работы и проектной деятельности

14. Отдел организационно-контрольной работы и делопроизводства

В отделе работают 6 специалистов: заместитель начальника отдела, ведущий специалист (пресс-секретарь), главный специалист, два старших инспектора и менеджер-стажер.

2.1. Организация работы пресс-службы Департамента здравоохранения и социальной политики по Белгородской области

Пресс-служба – это подразделение в организации или учреждении, которое занимается сбором и анализом информационного потока в печатном виде. В обязанности пресс-службы входит распространение информации о той организации, к которой она относится; доведение до аудитории тех позиции и взглядов, которых придерживается организация. Такие действия осуществляются с помощью определенных PR-технологий. Пресс-служба осуществляет в своей деятельности ряд задач и функций. Вот некоторые из них:

1. Разработка миссии организации;
2. Проведение PR-мероприятий;
3. Создание положительного образа организации;
4. Активное распространение новостной информации об организации, посредством использования разных каналов связи;
5. Ежедневный мониторинг средств массовой информации (анализ и доведение новостей до руководства);
6. Написание заметок, пресс-релизов, статей;
7. Создание медиа-плана;
8. Налаживание контактов со СМИ;
9. Продвижение организации с помощью интернет порталов.

В рамках темы нашей дипломной работы, мы провели исследование, используя метод включенного наблюдения.

Проблема нашего исследования заключается в следующем: какие особенности существуют в деятельности пресс-службы Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области. Мы задались целью выявить особенности в организации работы пресс-службы Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области. Мы поставили перед собой перечень задач:

- 1) Определить особенности деятельности пресс-службы
- 2) Выявить функции пресс-службы
- 3) Определить с какими трудностями сталкивается пресс-служба
- 4) Проследить за поведением пресс-секретаря в рабочее время

В качестве метода исследования мы использовали включенное наблюдение. Для облегчения работы проведения исследования, нами были выявлены несколько индикаторов, по которым можно осуществить наблюдение изучаемых аспектов:

- 1) Организация: отдел организационно-контрольной работы и делопроизводства Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области;

- 2) Действующие лица: сотрудники отдела;

- 3) Деятельность: совокупность заданий, выполняемых специалистами.

С целью выявления наиболее точных данных, в ходе проведения нашего исследования, мы включились в работу пресс-службы в качестве помощника пресс-секретаря Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области.

Мы выяснили, что главным отличием пресс-службы Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области является отсутствие надлежащего отдела по связям с общественностью. В то же время существует отдел организационно-контрольной работы и делопроизводства, в состав которого входит пресс-секретарь.

Мы выполняли все поручения пресс-секретаря, в частности проводили мониторинг средств массовой информации печатных и интернет изданий. Мониторинг заключался в поиске новостей, касающихся здравоохранения. Каждое новостное сообщение оформляется должным образом. В верхнем правом углу мы указываем «Для сведения». Далее обозначаем из какого источника была взята новость. Затем переносим материал из источника. В такой форме мониторинг для ознакомления предоставляется руководству.

Также в наши обязанности входило создание информационного повода. Необходимо было придумать такое событие, которое бы заинтересовало СМИ и их аудиторию и было бы для них актуальным. Но недостаточно просто создать информационный повод. Тема должна иметь отношение к сфере здравоохранения.

Мы регулярно общались со СМИ и взаимодействовали с районными центральными больницами. В этом и заключаются особенности в деятельности работы пресс-службы.

Проводя мониторинг прессы, мы натолкнулись на новость, интерпретация которой была не верна. В данной ситуации, наши действия были следующими: мы оперативно связались с редакцией того портала, на котором была освещена новость; потребовали у редактора отозвать новость или же подать уже измененный вариант статьи. Еще одним напряженным моментом является редактирование текстов рекомендательного характера для населения от врачей. Происходит этот процесс так: на электронную почту Департамента здравоохранения и социальной защиты населения приходит тематические памятки просветительской направленности. Получив текст, мы сталкиваемся с медицинской терминологией. Такого рода информацию населению очень сложно воспринимать. Поэтому наша задача – упростить полученную информацию. Но сложность в том, что полученный текст может быть не структурирован по абзацам, не выстроен логически. В данной ситуации пресс-секретарь выступает в роли журналиста и выполняет его обязанности.

Следующий специфический момент: организуя какое-либо мероприятие нам предстоит связаться лично со всеми участниками. Все участники получают приглашения по электронной почте, но этого недостаточно. Мы должны лично уделить немного времени телефонным звонкам, каждому приглашенному нами гостю. Необходимо учитывать разные обстоятельства и возможность прогнозировать тот факт, что участники могут не увидеть приглашения. Это что касается трудностей.

Так как департамент здравоохранения и социальной защиты населения не имеет как таковой пресс-службы, а в его структуре эти аналогичные задачи выполняет, как мы упоминали выше, отдел организационно-контрольной работы и делопроизводства, пресс-секретарь исполняет не только свои обязанности, но и выполняет работу специалиста организационно-контрольного отдела и делопроизводства. В эти обязанности входит: подготовка совещаний, планерок; проведение проверок; рассмотрения и подготовка ответов на обращение граждан по вопросам качества оказания медицинской помощи, медицинской этики, материально-технической базы медицинских организаций; ведение информационных порталов от департамента; мониторинг и рассмотрение отзывов в сообществе «Черный список» социальной сети «ВКонтакте»; подготовка отчетов, сводной информации; контроль за исполнением документов других структурных подразделений департамента и т.д.

Нами было обнаружено, как происходит взаимоотношение отдела организационно-контрольной работы и делопроизводства с другими отделами департамента. Мы выяснили, что еженедельно пресс-секретарь собирает планы мероприятий от отделов на следующую неделю; формирует медиаплан для журналистов. При создании информационного повода, пресс-секретарь консультируется с профильными специалистами по тематике, с целью подготовки текста, проверки фактов, терминов. Также был замечен такой аспект: при проведении крупных специальных мероприятий

формируется план подготовки мероприятия, в котором задействованы все структурные подразделения департамента.

Наблюдая за поведением пресс-секретаря Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области нужно отметить, что оперативность – это главное требование в этой работе. Нельзя терять ни минуты и необходимо быстро принимать решения в критических ситуациях.

В отделе организационно-контрольной работы и делопроизводства, где нами было проведено исследование, работают очень отзывчивые и дружелюбные сотрудники, функционирует настоящая сплоченная команда профессионалов. Обратим внимание на то, что в отделе преобладает непринужденная и дружеская атмосфера, а работа продвигается легко и приятно, за счет того, что коллектив старается помочь друг другу с любыми возникающими трудностями.

2.2. Направления PR-деятельности, реализуемые Департаментом здравоохранения и социальной политики по Белгородской области. Технологии PR-продвижения проектов

Для того чтобы выяснить, какие особенности существуют в деятельности пресс-службы Департамента здравоохранения и социальной защиты населения, мы провели исследование, используя методику неструктурированного интервью в форме экспертного опроса.

Мы задались вопросом: какие особенности существуют в деятельности пресс-службы Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области? В связи с этим поставили перед собой цель – выявить основные направления и особенности PR-деятельности Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области. Мы наметили несколько задач:

1. Узнать об основных направлениях PR-деятельности в системе здравоохранения.

2. Выяснить, в чем заключается специфика работы пресс-службы в государственных учреждениях.

3. Выяснить, какие технологии PR-продвижения проектов использует пресс-служба?

4. Выяснить какие технологии связей со СМИ применяет пресс-служба Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области.

В ходе интервью пресс-секретарю были заданы следующие вопросы:

- Какие основные направления PR-деятельности в системе здравоохранения существуют?

- Вы можете сравнить между работу пресс-службы коммерческой организации и государственного учреждения?

- В чем специфика работы пресс-службы в государственных учреждениях?

- Какие технологии PR-продвижения проектов, реализуемых Департаментом здравоохранения и соц. Защиты населения Вы используете?

- Какие технологии связей со СМИ необходимо применять?

- Какими основными инструментами взаимодействия со СМИ пользуется пресс-служба департамента здравоохранения?

В процессе разговора были заданы также дополнительные вопросы.

С целью получения наиболее точных данных в ходе проведения нашего исследования мы планировали провести беседу с несколькими экспертами по интересующем нас вопросам. Но учитывая, что пресс-служба Департамента здравоохранения и социальной защиты населения имеет штат в лице одного специалиста по связям с общественностью, поэтому мы ограничились опросом одного респондента.

Беседа с представителем пресс-службы Департамента здравоохранения и социальной защиты населения начиналась с подобных

вопросов: «Какие основные направления PR-деятельности в системе здравоохранения существуют». Респондент, в свою очередь, изъяснял свою точку зрения по заданному вопросу.

Итак, основными направлениями PR-деятельности департамента и подведомственных организаций являются создание единой информационной политики системы здравоохранения области, работа со средствами массовой информации, подготовка и проведение специальных мероприятий, проведение мониторинга общественного мнения о региональном здравоохранении, формирование положительного имиджа департамента и здравоохранения региона в целом и т.д. Кроме того, важным направлением деятельности пресс-службы является управление кризисными ситуациями, достаточно часто имеющими место в работе системы здравоохранения региона.

По мнению эксперта, одно из основных отличий в работе пресс-службы государственной организации от коммерческой состоит в необходимости разъяснения населению, каким образом проводимая социальная политика благотворно влияет на их жизнь. Перед пресс-службами коммерческих организаций стоят несколько другие задачи.

Перед пресс-службой в государственной организации, в частности, в органе исполнительной власти, прежде всего, стоит задача разъяснения положительных сторон действия правительства. Кроме того, как отмечает респондент, «в департаменте здравоохранения, в связи со спецификой структуры органа исполнительной власти, пресс-секретарь официально не подчиняется напрямую руководителю департамента, а входит в состав отдел организационно-контрольной работы и делопроизводства, что, естественно, отрицательно сказывается на работе пресс-службы: увеличивается время согласования текстов, принятия решений, организаций мероприятий, добавляется необходимость выполнения задач, относящихся к функциям отдела и не имеющих отношения к функциям пресс-службы».

Что касается проблем взаимодействия со СМИ, респондент пояснил: «Возникали различные ситуации: публикация непроверенной информации журналистами, ошибки в обработке статистической информации предоставленной департаментом и медицинскими организациями, вследствие чего распространялись недостоверные сведения о состоянии регионального здравоохранения и многое другое. Но одна из задач в работе пресс-секретаря – находить контакт с журналистами и своевременно исправлять вышеуказанные ошибки, оставаясь при этом в доброжелательных отношениях с представителями прессы».

В заключении беседы, мы узнали о тонкостях взаимодействия пресс-службы департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области с районными больницами. Мы выяснили, что региональное здравоохранение представляет собой более 100 организаций, и без взаимодействия с ними работа пресс-секретаря была бы невозможна.

Как отметил специалист по связям с общественностью, «в области реализуется региональный план освещения деятельности здравоохранения региона, регулярно составляются тематические медиа-планы по различным направлениям деятельности, в которой участвуют все медицинские организации региона». В каждом лечебном учреждении назначен ответственный за взаимодействие со СМИ, еженедельно медицинские организации направляют в пресс-службу информацию о социально значимых мероприятиях, проводимых в учреждениях, пресс-секретарь обобщает эти данные и организывает информационное сопровождение вышеуказанных мероприятий.

Ответственные за связи с общественностью в ЛПУ (Лечебно-профилактические учреждения) на данный момент активно взаимодействуют с пресс-службой, но для этого потребовалось проведение огромной разъяснительной работы о значимости информационного взаимодействия со СМИ и департаментом.

В случае кризисной ситуации, а такое, к сожалению, не редкость, медицинская организация незамедлительно связывается с департаментом для оперативного управления ситуацией, в том числе и в средствах массовой информации».

Итак, выделим особенности деятельности пресс-службы Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области.

Во-первых, пресс-служба, данного учреждения, ставит перед собой следующие задачи:

1. Создание единой информационной политики системы здравоохранения области;
2. Работа со средствами массовой информации;
3. Подготовка и проведение специальных мероприятий;
4. Проведение мониторинга общественного мнения о региональном здравоохранении;
5. Формирование положительного имиджа департамента и здравоохранения региона в целом;
6. Управление кризисными ситуациями.

Во-вторых, в Департаменте здравоохранения и социальной защиты населения не существует как таковой пресс-службы, а имеется отдел организационно-контрольной работы и делопроизводства.

В-третьих, необходимо отметить особенности в использовании пресс-службой технологий PR-продвижения проектов. Используются технологии внешнего и внутреннего PR. Ко внешнему можно отнести следующие технологии: подготовка публикаций для СМИ; организация и проведение специальных мероприятий для СМИ; создание положительного имиджа медицинского работника области и департамента; проведение конкурсов; создание вкладов (Например, проект «Спасибо, доктор» и т.д.). Что касается внутреннего PR, к нему относятся: выстраивание коммуникаций между медицинскими организациями и департаментом; формирование единого информационного пространства; проведение мероприятий для медицинского

сообщества (например, Спартакиада медработников, творческие конкурсы, конкурсы профессионального мастерства, конкурсы на лучшие трудовые коллективы и т.д.).

Изучив ответы эксперта, мы можем сделать вывод, что у каждой пресс-службы в разных сферах жизнедеятельности существуют свои особенности в работе. Отметим, что каждая организация преследует свои цели, в соответствии со своей миссией.

Как уже было упомянуто нами ранее, главным средством продвижения проектов в системе здравоохранения является организация и проведение специальных мероприятий, пресс-конференций (пресс-собраний), брифингов (отчетов), круглых столов, школ. Также используются такие PR-технологии продвижения, как встречи с журналистами, организация пресс-туров или экскурсий по медицинским учреждениям для журналистов; подготавливаются выступления представителей центральных районных больниц, представителей департамента здравоохранения и представителей других субъектов.

Что бы убедиться в том, что Департамент здравоохранения и социальной защиты населения применяет разные PR-технологии для продвижения проектов, мы на примерах рассмотрим мероприятия, которые проводит департамент.

1. «Выездная поликлиника» (по всем районам Белгородской области). Этот проект направлен на выезд поликлиники ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница» по районам врачами-специалистами. Такая форма работы, как «Выездная поликлиника», позволяет детскому населению районов получить квалифицированную специализированную медицинскую помощь и, в случае необходимости, дополнительное обследование и лечение на базе ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница».

2. Запуск программы по выявлению оказания эффективной медицинской помощи. В целях повышения качества оказания медицинской помощи населению Белгородской области на официальных сайтах

департамента здравоохранения и социальной защиты населения области и медицинских организациях созданы разделы «Вам отказали в медицинской помощи?» В случае возникновения подобной ситуации у пациента появилась возможность обратиться в департамент и медицинские организации области через сеть Интернет.

3. Проект «Мобильная Школа здоровья».

Проект направлен на пропаганду здорового образа жизни на территории Белгородской области. Школа здоровья является информационно-мотивационной технологией, способствующей формированию у людей стремления к ведению здорового образа жизни, профилактики заболеваний, увеличения продолжительности жизни и повышения работоспособности. Она учит пациента не только управлять своей болезнью, но и вовремя ее предотвращать. В программу выездов входят обучающие семинары для специалистов первичного звена, различные мастер-классы, презентации современных направлений в области профилактики, проведение Школ здоровья, работа с населением, направленная на выявление факторов риска и мотивацию людей к здоровому образу жизни.

4. PR-акция «Месячник борьбы с туберкулезом» (приуроченный ко Всемирному дню борьбы с туберкулезом).

В рамках месячника будут организованы выезды «Поезда «Здоровье» по теме «Внимание – туберкулез!», обследование граждан, относящихся к группам риска, на наличие заболевания туберкулезом и ВИЧ-инфекцией, проведены конкурсы на лучший информационный бюллетень, буклет, плакат, видеоклип и т.д.

5. Проведение семинара по метрологическому обеспечению и управлению качеством медицинской деятельности.

На семинаре обсуждались вопросы технического регулирования в области здравоохранения, основные аспекты нормативно-правового.

6. Проведение конкурса «Лучшая проектная идея – 2016». Конкурс проводит Департамент внутренней и кадровой политики области. Пресс-служба задействует в участии руководителей медицинских организаций области.

7. Проведение имиджевого мероприятия. В селе Березовка Борисовского района заложена молодая дубрава. В посадке приняли участие заместитель Губернатора области, сотрудники департамента здравоохранения и социальной защиты населения области, руководители медицинских организаций области. Мероприятие направлено на формирование положительного образа руководителя департамента и департамента здравоохранения в целом.

8. Открытие белгородского информационного портала «Я буду мамой», освещающий вопросы планирования, ожидания и рождения ребенка. По прошествии нескольких месяцев предоставление статистических данных о просмотрах и посещаемости сайта.

9. Проведение научно-практической конференции, посвященной профилактике школьной медицине. Мероприятие проводилось с целью обсуждения современные технологии в здравоохранении, которое позволяет сохранить здоровье ребенка.

10. Проведение конкурса «Лучший по профессии – 2016» среди медицинских и фармацевтических специалистов среднего звена (в г.Старый Оскол). Направлен на стимулирование деятельности медицинских работников.

11. Проведение ежегодной спартакиады работников здравоохранения Белгородской области. Спортивная программа включала в себя три конкурса: общий забег на 1000 метров, "Мама, папа, я – спортивная семья" и соревнования руководителей медицинских организаций. Дополнительные баллы команды получали за активное участие в спортивной рыбалке, игре в баскетбол и пляжный футбол.

12. Проведение велопробега «Помоги встать». Мероприятие направлено на поддержку детей-инвалидов по Белгородской области (мероприятие в поддержку тяжелобольных детей и детей-инвалидов, получивших травму при ДТП).

13. Организация заключительного концерта ежегодного областного смотра-конкурса самодеятельного творчества коллективов учреждений здравоохранения под девизом «Кино объединяет нас».

Таким образом, Департамент здравоохранения и социальной защиты населения максимально использует разнообразные PR технологии.

2.3. Технологии связей со СМИ в PR-деятельности Департамента

Форма отношений, в рамках которых пресс-служба взаимодействует со СМИ, именуется медиарилейшнз. К задачам медиарилейшнз относятся: распространение информации о работе Департамента; проведение мероприятий (пресс-конференции, брифинги, круглые столы, интервью); создание событий, которые могут быть интересны общественности [Гринберг 2000:73].

Пообщавшись с пресс-секретарем, мы выяснили, что со СМИ выстроена доброжелательная коммуникация и господствуют конструктивные рабочие отношения. Журналисты активно идут на контакт, но если тема абсолютна неинтересна для СМИ, то новость «протолкнуть» гораздо сложнее. Отметим, что журналисты с удовольствием посещают мероприятия «некабинетного типа» - выездные акции, праздники, пресс-конференции.

Деятельность пресс-службы департамента здравоохранения и социальной защиты населения включает в себя тесное сотрудничество со СМИ. Это означает, что пресс-секретарь должен постоянно работать с журналистами, предоставляя информацию в форме пресс-релизов, статей,

которые могут заинтересовать общественность и отразить обеспокоенность отдела по связям с общественностью проблем в здравоохранении области.

Событийным поводом может быть дата, приуроченная к профессиональному празднику (например, День медика), международные праздники, которые относятся к здравоохранению (например, Всемирный день борьбы со СПИДом) и т.д. Пресс-служба Департамента здравоохранения и социальной защиты населения учитывает всю специфику данной области.

В Департаменте здравоохранения и социальной защиты населения генерируют следующие информационные поводы: «День социального работника», «31 мая Белгород присоединился к Всемирному дню без табака», «Осторожно - клещи!», «Всемирный день борьбы с гипертонией», «Всемирный день охраны труда», «Всемирный день здоровья», «В области стартовал месячник борьбы с туберкулезом», «В области пройдет мероприятие, посвященное борьбе с сахарным диабетом».

Также по правилам медиарилейшнз, пресс-служба департамента следит за потоком новостной информации об учреждениях здравоохранения области, и тщательно ее фильтрует.

Существует несколько технологий связей со СМИ, которые применяет пресс-служба Департамент здравоохранения и социальной защиты населения. Чтобы убедиться в этом на практике, мы приведем ряд примеров:

1. Предоставление информации об эпидемиологической ситуации по туберкулезу в области. Объявляется показатель общей заболеваемости туберкулезом, показатель заболеваемости туберкулезом детей, показатель общей заболеваемости туберкулезом подростков, показатель смертности от туберкулеза. Открыто предоставленная информация положительно влияет на отношения со СМИ.

2. Освещение мероприятия: открытия «Дома сестринского ухода». Учреждение открыто с целью повышения доступности медико-социального ухода и паллиативного лечения пациентам Проект реализован при поддержке

негосударственных организаций, осуществляющих деятельность в социальной сфере, в рамках государственно-частного партнерства между управлением социальной защиты населения Белгородской области и региональным отделением общероссийской общественной организации «Российский Красный Крест».

3. Анонсирование новости: новое медицинское оборудование появится в ОГБУЗ «Белгородский дом ребенка, специализированный для детей с органическим поражением центральной нервной системы с нарушением психики».

4. Проведение круглого стола, посвященного дню Всемирного дня здоровья.

5. Освещение новости о состоявшемся памятном мероприятии посвященные 30-й годовщине аварии на Чернобыльской АЭС, в котором приняли участие первые лица департамента здравоохранения.

6. Информационный повод: Всемирный день охраны труда; В 2016 году Российский Красный Крест вступает в год своего 150-летия; Осторожно – клещи.

7. Организация торжественного мероприятия, посвященное 40-летию со дня открытия медицинской организации ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница».

8. Проведение круглого стола, приуроченного ко Всемирному Дню борьбы с артериальной гипертонией.

9. Оперативное новостное сообщение о восстановлении связи единой диспетчерской службы. В связи со сбоем по линиям и каналам связи Ростелекома, компанией Ростелеком были введены прямые телефонные линии, которые обеспечили прием вызовов центральной станцией скорой помощи. Пресс-служба Департамента здравоохранения и социальной защиты населения области оповестили население о восстановлении и работе связи.

10. Предоставление данных статистической отчетности о том, что в Белгородской области отмечается наиболее высокий процент постановки на

диспансерный учет больных с впервые выявленными болезнями системы кровообращения. Статистика свидетельствует о качественно организованных механизмах постановки на учет, информированности врачей о критериях постановки на него и внедрении критериев качества его проведения.

11. Проведение круглого стола, приуроченного ко Дню отказа от курения.

12. Информирование работников медицинских учреждений и населения о том, что Министерство здравоохранения Российской Федерации опубликовало проект Кодекса профессиональной этики работников системы здравоохранения Российской Федерации.

13. Соборезнования от Департамента в связи с уходом из жизни врача педиатра больницы ОГБУЗ «Грайворонская ЦРБ».

14. Поздравление с Днем социального работника от первого лица Департамента здравоохранения и социальной защиты населения области.

Для того, чтобы выявить содержание и частоту повторений информационных поводов в пресс-релизах, мы провели исследование, используя метод контент-анализа.

Объектом исследования является пресс-релизы департамента здравоохранения и социальной защиты населения за 2013-2016 годы.

Нами были проанализированы пресс-релизы департамента здравоохранения и социальной защиты населения за 2013-2016 годы. В процессе исследования мы столкнулись с такой проблемой: за прошествии трех лет в департаменте здравоохранения имеются не большое количество пресс-релизов. Перед началом исследования мы поставили перед собой задачи:

- Определить количество повторяющихся новостных поводов в пресс-релизах;
- Определить количество повторяющихся субъектов, фигурирующих в пресс-релизах.

Мы могли только предположить конечные результаты исследования: тематика пресс-релизов департаменте здравоохранения неоднократно будет повторяться; субъекты пресс-релизов будут неизменно упоминаться. За генеральную совокупность нами были взяты 20 пресс-релизов (общее количество с 2013 по 2016 годы).

Проведенный нами контент-анализ показал, что частота упоминаний об организуемых мероприятиях в пресс-релизах в департаменте здравоохранения и социальной защиты населения, достаточно большая. От всех проанализированных материалов имеют тематическую схожесть 40%.

Среди повторяющихся пресс-релизов можно отметить следующие:

1. Награждение победителей фотоконкурса в рамках социального проекта
2. Расширенное заседание коллегии департамента здравоохранения и социальной жизни населения Белгородской области
3. Итоги реализации проекта
4. XI-летняя спартакиады работников здравоохранения Белгородской области

Таблица 1. - Частота упоминаний генерирующих новостных поводов в пресс-релизах

Наименования материалов	Кол-во, раз	Доля, %
Круглый стол	1	5
С начала 2015 года медицинскими организациями региона передано в ФСС более 125 тысяч электронных листов нетрудоспособности	1	5
Награждение победителей фотоконкурса в рамках социального проекта	2	10

Расширенное заседание коллегии департамента здравоохранения и социальной жизни населения Белгородской области	2	10
Коллегия департамента здравоохранения и социальной защиты населения области	1	5
Церемония торжественного открытия мемориальной доски, увековечивающей память Арнольда Павловича Седова	1	5
Итоги реализации проекта	2	10
Социальная акция, направленная на восстановление стоматологического здоровья	1	5
Подарок белгородкам к Международному женскому Дню	1	5
Торжественное мероприятие, посвященное 40-летию ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница»	1	5
Межрегиональные специализированные выставки «Медицина. Фармация», «Стоматология», «Красота и здоровье»	1	5
Летние спартакиады работников	2	10

здравоохранения Белгородской области		
Открытие поликлиники ОГБУЗ «Волоконовская ЦРБ» после капитального ремонта	1	5
Пресс-конференция, посвященная всемирному дню борьбы с туберкулезом	1	5
Всемирный день здоровья	1	5
Сотрудники департамента здравоохранения помогут нуждающимся семьям	1	5

Данные, приведенные в таблице 1, указывают на то, что мероприятия, которые проводит департамент здравоохранения и социальной защиты населения, повторяются. Работа пресс-службы направлена на повышение эффективности деятельности департамента здравоохранения. Большое внимание специалисты по связям с общественностью уделяют проведению социальных проектов (фотоконкурсы, конкурсы детских рисунков), социальных акций. Такого рода мероприятия направлены не только на целевую аудиторию города и области, но и привлекают работников здравоохранения и сотрудников департамента. Для них проводятся летние спартакиады, пресс-конференции, коллегии и круглые столы. Также они участвуют в благотворительных проектах, в межрегиональных специализированных выставках.

В изучаемый нами период проводимые департаментом мероприятия были посвящены международным праздникам по темам «Медицина» и «Здоровье». Были проведены акции посвященные: всемирному дню борьбы с туберкулезом, всемирному дню здоровья.

Это свидетельствует о том, что департаменту здравоохранения не безразлично состояние здоровья населения; оно заботится об улучшении и поддержании самочувствия людей.

В таблице 2 приведены данные о субъектах, упомянутых в пресс-релизах

Таблица 2. - Частота повторяющихся субъектов, фигурирующих в пресс-релизах

Участники мероприятий	Кол-во, раз	Доля, %
Начальник управления организации медицинской помощи департамента здравоохранения и социальной защиты населения области	1	1,8
Представители Территориального управления Федеральной службы по надзору в сфере прав потребителей и благополучия человека Белгородской области	1	1,8
Сотрудники медицинских организаций	2	3,7
Заместитель начальника управления - начальник отдела развития здравоохранения и демографической политики управления организации медицинской помощи и развития здравоохранения департамента здравоохранения и	2	3,7

социальной защиты населения области		
Начальник отдела развития здравоохранения и демографической политики управления организации медицинской помощи и развития здравоохранения департамента здравоохранения и социальной защиты населения области	1	1,8
Заместитель Губернатора области	4	7,0
Руководители федеральных структур, общественных и научных организаций	2	3,7
Главные внештатные специалисты департамента здравоохранения и социальной защиты населения области	2	3,7
Руководители медицинских организаций области	3	5,4
Губернатор Белгородской области	1	1,8
Начальник департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области – заместитель	5	9,0

председателя Правительства области		
Директор медицинского института НИУ «БелГУ»	2	3,7
Руководство и сотрудники ОГБУЗ «Белгородская областная клиническая больница Святителя Иоасафа»	1	1,8
ОГБУЗ «Шебекинская ЦРБ»	1	1,8
ОГБУЗ «Грайворонская ЦРБ»	1	1,8
ОГАУЗ «Стоматологическая поликлиника №1 г. Белгорода»	1	1,8
Участники ликвидации последствий катастрофы на Чернобыльской АЭС	1	1,8
Митрополит Белгородский и Старооскольский Иоанн	1	1,8
Первый заместитель председателя Белгородской областной Думы	1	1,8
Председатель областной организации профсоюзов работников здравоохранения	1	1,8
Ветераны ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница»	1	1,8

Заместитель главного врача по акушерско-гинекологической помощи ОГБУЗ «Белгородская областная клиническая больница Святителя Иоасафа»	1	1,8
Главный внештатный специалист по акушерству и гинекологии	1	1,8
Заведующий кафедрой акушерства, гинекологии и репродуктивной медицины факультета повышения квалификации медицинских работников Российского университета дружбы народов, заслуженный деятель науки Российской Федерации, академик Международной академии наук Высшей школы, профессор, доктор медицинских наук	1	1,8
Заместитель главного врача по педиатрической помощи ОГБУЗ «Белгородская областная клиническая больница Святителя Иоасафа»	1	1,8
Заместитель главного врача по хирургической	1	1,8

помощи ОГБУЗ «Детская областная клиническая больница»		
Заведующий отделением перинатальной диагностики перинатального центра ОГБУЗ «Белгородская областная клиническая больница Святителя Иоасафа»	1	1,8
Заместители глав администраций районов области по социальной политике	1	1,8
Руководители федеральных структур, общественных и научных организаций	2	3,7
Представители администрации Яковлевского района, медицинские работники области и члены их семей	2	3,7
Начальник департамента строительства, транспорта и жилищно- коммунального хозяйства Белгородской области – заместитель председателя Правительства Белгородской области	1	1,8
Глава администрации Волоконовского района	1	1,8

Главный врач ОГБУЗ «Волоконовская ЦРБ»	1	1,8
главный врач ОГКУЗ «Противотуберкулезный диспансер»	1	1,8
Председатель Белгородского регионального отделения общероссийской общественной организации «Российский Красный Крест»	1	1,8
Заведующий отделом координации профилактической работы ОГКУЗ особого типа «Областной центр медицинской профилактики»	1	1,8
Глава Администрации Грайворонского района	1	1,8
Главный врач ОГБУЗ «Грайворонская ЦРБ»	1	1,8
Специалисты Горьковского ФАП и Ивано-Лисичанской амбулатории	1	1,8
Пациенты, получившие услуги теле-ЭКГ	1	1,8

Проанализировав полученный нами материал, представленный в таблице 2, мы пришли к следующим выводам. Каждое проводимое мероприятие не обходится без непосредственного присутствия начальника департамента здравоохранения и социальной защиты населения

Белгородской области. Также в большинстве случаев одним из участников мероприятия является заместитель Губернатора области.

Кроме того, активно задействованы, в проводимых мероприятиях департаментом здравоохранения, руководители и сотрудники медицинских организаций области, начальник отдела развития здравоохранения и демографической политики управления организации медицинской помощи и развития здравоохранения департамента здравоохранения и социальной защиты населения области (заместитель начальника управления), представители администрации Белгородских районов, медицинские работники области.

В деятельности департамента здравоохранения и социальной защиты населения участвуют как постоянные представители здравоохранения, так и новые лица, такие как: начальник департамента строительства, транспорта и жилищно-коммунального хозяйства Белгородской области – заместитель председателя Правительства Белгородской области; глава администрации Волоконовского района; представители Территориального управления Федеральной службы по надзору в сфере прав потребителей и благополучия человека Белгородской области; главный врач ОГКУЗ «Противотуберкулезный диспансер»; председатель Белгородского регионального отделения общероссийской общественной организации «Российский Красный Крест»; заведующий отделом координации профилактической работы ОГКУЗ особого типа «Областной центр медицинской профилактики»; глава Администрации Грайворонского района; главный врач ОГБУЗ «Грайворонская ЦРБ»; специалисты Горьковского ФАП и Ивано-Лисичанской амбулатории.

Итак, проведенный контент-анализ пресс-релизов дает возможность прийти к некоторым выводам:

- 1) Тематика пресс-релизов в департаменте здравоохранения повторяется;

2) В большинстве случаев в пресс-релизах задействованы различные субъекты. Это говорит о том, что пресс-служба Департамента здравоохранения и социальной защиты населения задействует в своих мероприятиях каждый раз новых участников. СМИ помогают, в свою очередь, распространять нужные новостные сюжеты.

Таким образом, исследование показало, что, частота повторений, организуемых мероприятий в департаменте здравоохранения и социальной защиты населения, достаточно большая.

Вывод ко второй главе

Во второй главе мы дали краткое описание Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области, осуществляющего государственный контроль качества и безопасности оказываемой населению медицинской помощи.

Мы разобрались и получили представление о пресс-службе: это подразделение в организации или учреждении, которое занимается сбором и анализом информационного потока в печатном виде. Также мы выяснили какие задачи выполняет пресс-служба: разработка миссии организации; проведение PR-мероприятий; создание положительного образа организации; активное распространение новостной информации об организации, посредством использования разных каналов связи; ежедневный мониторинг средств массовой информации (анализ и доведение новостей до руководства); написание заметок, пресс-релизов, статей; создание медиа-плана; налаживание контактов со СМИ; продвижение организации с помощью интернет порталов. Для того, чтобы выявить особенности в организации работы пресс-службы Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области, нами было проведено исследование методом включенного наблюдения.

Функции пресс-службы в Департаменте выполняются отделом организационно-контрольной работы и делопроизводства, пресс-секретарь исполняет не только свои обязанности, но и выполняет работу специалиста организационно-контрольного отдела и делопроизводства. В эти обязанности входит: подготовка совещаний, планерок; проведение проверок; рассмотрения и подготовка ответов на обращение граждан по вопросам качества оказания медицинской помощи, медицинской этики, материально-технической базы медицинских организаций; ведение информационных порталов от департамента; мониторинг и рассмотрение отзывов в сообществе «Черный список» социальной сети «ВКонтакте»; подготовка отчетов, сводной информации; контроль за исполнением документов других структурных подразделений департамента и т.д.

В ходе неструктурированного интервью мы узнали, что главными задачами пресс-службы Департамента являются: создание единой информационной политики системы здравоохранения области, работа со средствами массовой информации, подготовка и проведение специальных мероприятий, проведение мониторинга общественного мнения о региональном здравоохранении, формирование положительного имиджа департамента и здравоохранения региона в целом и т.д. Кроме того, важным направлением деятельности пресс-службы является управление кризисными ситуациями, достаточно часто имеющими место в работе системы здравоохранения региона. Отметим, что пресс-служба применяет технологии внешнего и внутреннего PR. Также мы на примерах рассмотрели мероприятия, которые проводит департамент, для продвижения проектов PR-технологий.

Далее, нами были рассмотрены конкретные примеры технологий связей со СМИ, которые применяет в своей деятельности пресс-служба Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области. Затем, с целью выявления содержания и частоты повторений информационных поводов в пресс-релизах, мы провели

исследование, используя метод контент-анализа. Результаты получились следующие: мероприятия, которые проводит департамент здравоохранения и социальной защиты населения, повторяются. Работа пресс-службы направлена на повышение эффективности деятельности департамента здравоохранения. Большое внимание специалисты по связям с общественностью уделяют проведению социальных проектов (фотоконкурсы, конкурсы детских рисунков), социальных акций.

Проанализировав субъектов, фигурирующих в пресс-релизах, мы выявили, что каждое проводимое мероприятие не обходится без непосредственного присутствия начальника департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области. Кроме того, активно задействованы в проводимых мероприятиях руководители и сотрудники медицинских организаций области, начальник отдела развития здравоохранения и демографической политики управления организации медицинской помощи и развития здравоохранения департамента здравоохранения и социальной защиты населения области (заместитель начальника управления), представители администрации Белгородских районов, медицинские работники области.

Тематика пресс-релизов в департаменте здравоохранения повторяется; в большинстве случаев в пресс-релизах задействованы различные субъекты. Это говорит о том, что пресс-служба Департамента здравоохранения и социальной защиты населения задействует в своих мероприятиях каждый раз новых участников.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная работа посвящена исследованию PR в сфере здравоохранения. Логика исследования predetermined поставленной целью: изучение основных направлений деятельности пресс-службы в системе здравоохранения, определение её содержания, функций, видов, специфики и способов её реализации посредством конкретных технологий в системе здравоохранения.

На достижение цели направлено решение следующих задач и получены следующие результаты.

По первой задаче исследования — изучить сущность и понятие PR в сфере здравоохранения — выявлено, что PR в сфере здравоохранения — стандартизация приемов по обеспечению коммуникации между специалистом по связям с общественностью и врачом, аудиторией с целью достижения конкретных эффектов.

По второй задаче исследования — рассмотреть основные направления деятельности пресс-службы в сфере здравоохранения — установлено, что PR в сфере здравоохранения помогает медицинским учреждениям, налаживать и поддерживать связь с уже имеющейся целевой аудиторией и средствами массовой информации, формировать положительное мнение о себе, которое будет работать на дальнейший имидж лечебного учреждения, медицинского работника, врача, больницы, поликлиники.

Для решения третьей задаче исследования — выявить специфику работы пресс-службы в сфере здравоохранения, нами было проведено неформализованное интервью с пресс-секретарем. Мы выяснили, что особенностью в работе пресс-службы департамента является необходимость разъяснение общественности, какие работы проводятся по охране здоровья населения.

По четвертой задаче мы узнали, что PR-технологии — это комплекс мероприятий, которые выполняют функцию воздействия на аудиторию. Мы

выяснили, что пресс-служба использует технологии внешнего и внутреннего PR. Так же мы выяснили, что активно внедряются новые технологии и происходит постоянное усовершенствование работы специалистов в сфере здравоохранения.

По пятой задаче исследования мы проанализировали основные технологии связей со СМИ в PR-деятельности Департамента и пришли к выводу, что материалы лучше преподносить в таком ключе, который бы мог заинтересовать и самих журналистов, и аудиторию.

Также мы провели включенное наблюдение организации работы пресс-службы Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области и выяснили, что Департамент имеет отдел организационно-контрольной работы и делопроизводства, в котором и работает пресс-секретарь. Пресс-секретарь департамента исполняет обязанности не только пресс-секретаря, но и специалиста организационно-контрольного отдела и делопроизводства. Это и является главной особенностью пресс-службы учреждения Департамента здравоохранения и социальной защиты населения Белгородской области. Можем прийти к выводу, что пресс-секретарь является многофункциональным и разносторонним специалистом, чего нельзя заметить в пресс-службах других учреждений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акопян, А.С. Проблемы структурного реформирования здравоохранения: отношение руководителей и специалистов [Текст] учеб. Пособие / Р.Б. Дарсигова, Ю.В. Шиленко // Проблемы управления здравоохранением - 2007. № 4. – С. 26-32.
2. Алаева О.В., Нечаева Е.А. Особенности PR-сопровождения на рынке здравоохранительных услуг [Текст] // Вестник гуманитарного факультета ИГХТУ. – 2008. - №3. - С.15-19.
3. Алаева, О. PR в сфере здравоохранения/ О. Алаева, Е. Нечаева [Электронный ресурс] / Режим доступа: main.isuct.ru (дата обращения 17.01.2016).
4. Апаркина, А. Исследование работы по охране здоровья населения [Текст] / А. Апаркина, Кобзева Е. С. // Бюллетень медицинских интернет-конференций. - № 2. - 2013. –С. 291
5. Баракат, Н. Модели взаимодействия как фактор эффективности медицинской интеракции [Текст] / Н. Баракат // Альманах современной науки и образования. - № 6 (73. - 2013. – С. 19-21
6. Бердникова, Е. Инновационное развитие здравоохранения / Е. Бердникова // Вестник Казанского технологического университета. - № 11. - 2012. – С. 300-305 / [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnoe-razvitiie-zdravoohraneniya#ixzz40VZByfQg> (дата обращения 12.01.2016).
7. Василенко, И. Связь с общественностью в государственных организациях и местных органах власти: западный опыт [Текст] / И. Василенко // Проблемы теории и практики управления. - № 4. - 2003. – С.39-43.
8. Вылегжанин, Д. Теория и практика публич рилейшнз [Текст]: учеб. Пособие/ Вылегжанин, Д. // 3-е изд., стер. — М.: ФЛИНТА, 2014

9. Гончарова, М. Актуальные вопросы управления медицинскими организациями на рынке медицинских услуг [Текст] / М. Гончарова, А. Лебедев // Земский врач. - № 4. - 2011. – С. 29-32.
10. Гринберг, Т. Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект [Текст]: дис. на соискание ученой степени доктора филологических наук / Т. Э. Гринберг. - СПб, 2000.
11. Гундарин, М. Теория и практика связей с общественностью основы медиа-рилейшнз [Текст]: учеб. Пособие/ М. Гундарин - М.: Форум, Инфра-М 2007. - 337с.
12. Департамент здравоохранения города Москвы [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://new.mosgorzdrav.ru> (дата обращения 29.01.2016).
13. Добрусина, М. Государственно-частное партнерство как инновационная форма развития Российского здравоохранения / М. Добрусина, Г. Завьялова, О. Тулупова, С. Хлынин // Вестник Томского государственного университета. - № 1. - 2011. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo-kak-innovatsionnaya-forma-razvitiya-rossiyskogo-zdravoohraneniya#ixzz40VYLkoBF> (дата обращения 25.01.2016).
14. Душкина, М. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология [Текст] / М. Душкина. - СПб.: «Питер», 2008.
15. Емельянов, С. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс [Текст]: учеб. пособие/ С. Емельянов - СПб. 2005. – 240 с.
16. Жаворонков, Е. Государственная поддержка медицинских организаций в ресурсном обеспечении [Текст] / Е. Жаворонков,

- С. Столяров // Менеджер здравоохранения. - № 4. - 2011. – С. 32-40.
17. Жукова, М. Социально-экономическая модель здравоохранения / М. Жукова // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. - № 3. - 2011 [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-ekonomicheskaya-model-zdravoohraneniya#ixzz40VQKwf7c> (дата обращения 29.01.2016).
18. Журавлёва И. В. Отношение к здоровью индивида и общества [Текст] учеб. Пособие. - М.: Наука. 2006.
19. Журавлева, И. В. Почему не улучшается здоровье россиян? [Текст] учеб. пособие / И. В. Журавлева // Вестник Института социологии. - 2013. - № 6.- С. 164-176.
20. Ильченко, С. Современная пресс-служба [Текст]: учеб. Пособие / С. Ильченко, А. Кривоносов - СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2005. – 105 с.
21. Катлип, С. Паблик рилейшнз. Теория и практика [Текст]: учеб. пособие/ С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – С. 83-110.
22. Ковалев, Е. Имидж системы здравоохранения и медицинских работников [Текст] / Е. Ковалев // Здоровье и образование в XXI веке. - № 3. – Т. 10. - 2008.
23. Комитет по здравоохранению Санкт-Петербурга [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://zdrav.spb.ru/ru> (дата обращения 29.01.2016).
24. Кондратьев, Э. Связи с общественностью [Текст]: учеб. Пособие / Э. Кондратьев, Р. Абрамов – М.: Академический Проект, 2009.
25. Крашенинникова, Ю. Роль НКО в управлении системой здравоохранения и перспективы развития пациентского движения в

- России [Текст] / Ю. Крашенинникова // Журнал исследований социальной политики. - № 4. - 2009. – С. 519–534
- 26.Кривонос, А. Основы теории связей с общественностью [Текст]: учеб. Пособие / М. Шишкина, О. Филатова. – СПб.: Питер, 2010. — 384 с.
- 27.Кривоносова, А.Д. Пресс-службы в государственных учреждениях [Текст] : учеб. пособие / А.Д. Кривоносова. – Ухта: УГТУ, 2006. – 124 с. [Электронный ресурс] / Режим доступа: ivesep.spb.ru (дата обращения 30.01.2016).
- 28.Курдяев, С. Информационно-коммуникативное управление системой здравоохранения [Текст] / С. Курдяев [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://um-mag.ru/wp-content/uploads/2011/05/UM_4_2009_str-33-39.pdf (дата обращения 7.12.2015).
- 29.Кузнецов, А. В. Социальные взаимоотношения врачей, пациентов и СМИ в процессе медиализации [Текст]: автореф. дисс. канд. соц. наук / А. В. Кузнецов. – М., 2009. – 152 с.
- 30.Кэмерон, А. Самое главное в PR [Текст] учеб. пособие / Ф. Олт, Д. Уилкоккс / пер. с англ. – СПб., 2004. – 560 с.
- 31.Лебедева-Несевря, Н. Социология здоровья [Текст]: учеб. пособие/ Н.А. Лебедева-Несевря, С.С. Гордеева - Перм. гос. нац. иссл. ун-т. – Пермь, 2011. – 238 с.
- 32.Мандель, Б. PR: методы работы со средствами массовой информации [Текст]: учеб. пособие/ Б. Мандель – М.: Инфра-М, 2009. – 205 с.
- 33.Медик, В. Статистика здоровья населения и здравоохранения [Текст] / В. Медик, М. Токмачев // Современные наукоемкие технологии. - № 5. - 2009.

- 34.Меньшиков, А. Пресс-служба: [Текст] учеб. пособие / А.А. Меньшиков. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2013. – 123 с.
- 35.Министерство здравоохранения Свердловской области [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://minzdrav.midural.ru> (дата обращения 8.12.2015).
- 36.Министерство здравоохранения Новосибирской области [Электронный ресурс] / Режим доступа: <HTTP://WWW.ZDRAV.NSO.RU> (дата обращения 8.12.2015).
- 37.Министерство здравоохранения Тульской области [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://minzd.tularegion.ru> (дата обращения 8.12.2015).
- 38.Министерство здравоохранения Тверской области [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://minzdravtver.ru> (дата обращения 8.12.2015)
- 39.Орлова, В. Особенности и возможности интернета как канала коммуникации медицинских учреждений / В. Орлова [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://portal.tpu.ru/appnews/files/13382/sbornik_1chast_3_1.pdf#page=327 (дата обращения 26.01.2016).
- 40.Парахонский, А. Проблемы взаимодействия здравоохранения и социальной службы / Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. - № 9. - 2011. / [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/problemy-vzaimodeystviya-zdravoohraneniya-i-sotsialnoy-sluzhby#ixzz40VaC85F6> (дата обращения 9.01.2016).
- 41.Пасмуров, А. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку [Текст]: учеб. пособие / А. Пасмуров. - СПб.: Питер, 2006. -253 с.

- 42.Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации [Текст]: учеб. пособие/ Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, 2006.— 656 с.
- 43.Рищук, С. Ухудшение состояния здоровья молодого населения России – опасная тенденция, основные причины и пути выхода из кризиса / С. Рищук, В. Мирский // Национальная безопасность и стратегическое планирование. – Вып.4. - 2013 [Электронный ресурс] / Режим доступа http://to-future.ru/wp-content/uploads/2014/02/%D0%9D%D0%91%D0%B8%D0%A1%D0%9F_%E2%84%964.pdf#page=100 (дата обращения 28.12.2015).
- 44.Тарашвили, Е. Связи с общественностью в государственных структурах / Е. Тарашвили [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://society.polbu.ru/tarashvili_gospr/ch00_i.html (дата обращения 15.01.2016).
- 45.Тихомиров, А.В. Социально-ориентированная рыночная реформа здравоохранения [Текст] : учеб. пособие / А.В. Тихомиров - М.: ЮрИнфоЗдрав, 2007. - 234 с.
- 46.Ушанов, П. Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и Public Relations [Текст]: учеб. пособие / П. Ушанов - М.: ФЛИНТА, 2012. — 80 с.
- 47.Филатова, О. Организация работы отдела по связям с общественностью [Текст]: учеб. пособие / О. Филатова, Летуновский В. - СПб.: Роза мира, 2010. — 356 с.
- 48.Хвастунова, Е. PR-деятельность в медицинской среде, как современное требование реализации медицинских проектов [Текст] / Е. Хвастунова, Н. Деларю, Е. Вершинин, Г. Кондратьев // Успехи современного естествознания. - № 3. - 2014 [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/pr-deyatelnost-v-meditsinskoj-srede-kak-sovremennoe-trebovanie-realizatsii-meditsinskih-proektov#ixzz40VOaAWcC> (дата обращения 21.01.2016).

- 49.Цлаф, В. Государственно-частные партнерства в здравоохранении: эффективные решения [Текст] / В. Цлаф // Менеджер здравоохранения. - № 11. - 2010.
- 50.Чечель, Д. Роль PR-технологий в формировании культуры здоровья населения: методологические аспекты исследования [Текст] / Д. Чечель [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.sgu.ru> (дата обращения 14.12.2015).
- 51.Чукаева, Н. Врачи и журналисты: упорное противостояние или добровольная коалиция (опыт немецких СМИ) [Текст] / Н. Чукаева // Лечебное дело. - № 2. - 2010. –С. 25-31.
- 52.Шакалов, И. И. Роль и значение PR в реализации социальных проектов в современном российском обществе [Текст] : дис. канд. социолог. наук / И. И. Шакалов. – М.: 2006. – 217с.
- 53.Шиняева О.В. Здоровье как ресурс адаптационного поведения студенческой молодёжи [Текст] / О. В. Шиняева, Т.В. Фадеева // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2014. – №2. – С. 165 – 177.
- 54.Шишкина, Е. Инфосоциализация пациентов в условиях информатизации здравоохранения (по материалам социологических исследований) [Текст] / Е. Шишкина // Вестник Адыгейского государственного университета. – Вып.1 (113). - 2013 [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/infosotsializatsiya-patsientov-v-usloviyah-informatizatsii-zdravoohraneniya-po-materialam-sotsiologicheskikh-issledovaniy#ixzz40V8oZBzH> (дата обращения 14.12.2015).
- 55.Популярно о медицине: [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.o-med.ru/zdravoohranenie.php> (дата обращения 6.12.2015).