

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

КАФЕДРА КОММУНИКАТИВИСТИКИ, РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

**ИНФОРМАЦИОННО-РАЗЪЯСНИТЕЛЬНАЯ РАБОТА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: СОДЕРЖАНИЕ, ЦЕЛИ,
ЭФФЕКТИВНОСТЬ (НА ПРИМЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ – ОТДЕЛЕНИЯ ПЕНСИОННОГО ФОНДА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика
заочной формы обучения, группы 86001554
Кучеровой Виктории Петровны

Научный руководитель
Кандидат филологических наук,
доцент кафедры
коммуникативистики, рекламы и
связей с общественностью
Микулина И.В.

Рецензент
Главный редактор
молодёжного журнала
«ОнОнас»
Севриков А.М.

БЕЛГОРОД 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ИНФОРМАЦИОННО-РАЗЪЯСНИТЕЛЬНАЯ РАБОТА ГОСУДАРСТВЕННОГО УЧРЕЖДЕНИЯ	12
1.1. Информационно-разъяснительная работа государственного учреждения: понятие, направления деятельности.....	12
1.2. Социальный аспект информационно-разъяснительной работы государственного учреждения.....	18
1.3. Реализация государственной политики в сфере пенсионного обеспечения как направление деятельности Пенсионного фонда Российской Федерации	25
ГЛАВА 2.ИНФОРМАЦИОННО-РАЗЪЯСНИТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОТДЕЛЕНИЯ ПЕНСИОННОГО ФОНДА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	33
2.1. Инструменты реализации информационной политики Пенсионного фонда Российской Федерации в Отделении ПФР по Белгородской области.....	33
2.2. PR-проект как инструмент информационно-разъяснительной работы: содержание, особенности и средства реализации.....	40
2.3. Формирование пенсионной грамотности у учащейся молодежи: содержание и цели.....	47
ГЛАВА 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО- РАЗЪЯСНИТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОТДЕЛЕНИЯ ПЕНСИОННОГО ФОНДА ПО БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	57
3.1. Оценка эффективности реализуемых мероприятий в рамках информационно-разъяснительной работы Отделения Пенсионного фонда Российской Федерации по Белгородской области (методы, сравнительный аспект).....	57
3.2. Направления совершенствования информационно-разъяснительной работы Отделения Пенсионного фонда Российской Федерации по Белгородской области.....	63

ЗАКЛЮЧЕНИЕ	77
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	84
ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ	93
ПРИЛОЖЕНИЯ	95

ВВЕДЕНИЕ

Структурные подразделения, отдельные специалисты, отвечающие за осуществление связей с общественностью, и пресс-службы органов власти являются одним из ключевых инструментов в реализации государственной информационной политики. Сегодня это стремительно развивающееся направление деятельности не только представляет собой основу для соблюдения принципа открытости госорганов, но и формирует позитивный имидж организации, информирует граждан о законодательных изменениях различного уровня, а также обеспечивает установление диалога государственных структур со средствами массовой информации и населением.

Организация деятельности пресс-службы в государственном учреждении существенно отличается от деятельности аналогичного подразделения в коммерческой компании. В зависимости от стратегических установок и целей компании выстраивается и работа пресс-службы, так как эта служба не может быть автономным объектом, оторванным от организации.

Взаимодействие с общественностью и средствами массовой информации на сегодняшний день является одним из приоритетных направлений деятельности крупнейшей федеральной структуры в Российской Федерации – Пенсионного фонда России.

Пенсионный фонд России был образован 22 декабря 1990 года в соответствии с постановлением Верховного Совета РСФСР № 442-1 «Об организации Пенсионного фонда РСФСР» для управления средствами пенсионного обеспечения граждан России [Пенсионный фонд России, <http...>]. Клиентами Пенсионного фонда является практически все население Российской Федерации и проживающие в стране иностранные граждане. Многоплановая деятельность Пенсионного фонда России состоит не только в назначении пенсий, Отделения ПФР по всей стране реализуют сотни социальных проектов, обеспечивают выплату пенсий и пособий различным категориям граждан, ведут персональные пенсионные счета миллионов

россиян, реализуют программу материнского (семейного) капитала, оказывают консультационную помощь и выполняют другие социально значимые задачи, направленные на улучшение уровня жизни граждан.

Особое место в работе Пенсионного фонда занимает информационно-разъяснительная работа, которая направлена на повышение пенсионной и социальной грамотности граждан. Не статичное, постоянно меняющееся и совершенствующееся пенсионное законодательство требует обязательного разъяснения и донесения его особенностей до всех категорий граждан. Помочь в реализации информационной политики Пенсионного фонда России и массовом информировании населения о ключевых направлениях деятельности, создании позитивного имиджа организации, повышении социальной и пенсионной грамотности граждан призван Департамент общественных связей и взаимодействия со средствами массовой информации в структуре Исполнительной дирекции ПФР и подведомственные ему группы по взаимодействию со СМИ в региональных Отделениях ПФР.

Актуальность данной работы заключается в том, что уровень пенсионной и социальной грамотности населения, степень осознания гражданами необходимости контролировать формирование пенсионных прав и ориентироваться в основных положениях пенсионного и социального законодательства, а также не достаточно высокий уровень доверия к фонду требуют усиления информационно-разъяснительной работы, поиска новых методов взаимодействия с аудиторией, которые могут быть выработаны в ходе анализа текущей деятельности ПФР по информированию населения. Результаты социологического исследования, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения в первом полугодии 2017 года, показали, что только 51,4% опрошенных разбираются в правилах формирования пенсии [<https://wciom.ru/>].

Стоит также отметить, что информационно-разъяснительная работа Пенсионного фонда, как способ взаимодействия с аудиторией является

специфическим и многосторонним видом коммуникации с населением, основная цель которой заключается отнюдь не в формальном донесении необходимой информации до адресата. Прежде всего, этот вид деятельности направлен на то, чтобы вызвать заинтересованность человека тематикой сообщения, сформировать систему знаний об основах пенсионного и социального законодательства и изменить отношение граждан к формированию будущей пенсии.

Объектом выпускной квалификационной работы является информационно-разъяснительная деятельность Отделения Пенсионного фонда Российской Федерации по Белгородской области (ОПФР) как специфический и многоплановый вид коммуникации с широкой аудиторией, представленной различными социальными группами.

Предметом выступают содержание и цели информационно-разъяснительной работы, а также инструменты реализации информационной политики Пенсионного фонда и способы донесения до общественности социально значимой информации.

Цель нашего исследования состоит в выявлении особенностей, инструментов и целей реализации информационно-разъяснительной работы Пенсионного фонда, а также в проведении оценки эффективности мероприятий по информированию населения.

Характер предмета и объекта данного исследования, а также его цель определяют следующие исследовательские **задачи**:

- 1) дать определение понятию «информационно-разъяснительная работа» и обозначить ее основные направления, выяснить, в чем заключается специфика данной работы в рамках деятельности государственного учреждения;
- 2) выявить, в чем заключается социальный аспект информационно-разъяснительной работы;

- 3) проследить, каким образом Пенсионным фондом России реализуется государственная политика в сфере пенсионного обеспечения;
- 4) изучить особенности и определить основные цели информационно-разъяснительной работы Отделения ПФР по Белгородской области;
- 5) описать инструменты, используемые группой по взаимодействию со СМИ для реализации информационной политики Отделения Пенсионного фонда России по Белгородской области;
- 6) проанализировать такой инструмент информационно-разъяснительной работы как PR-проект путем описания его содержания, особенностей и средств реализации;
- 7) изучить и описать содержание и цели работы по формированию пенсионной грамотности у учащейся молодежи;
- 8) исследовать эффективность проведения информационно-разъяснительной-работы Отделения ПФР и оценить эффективность применения определенных инструментов для реализации данной деятельности;
- 9) обозначить направления совершенствования информационно-разъяснительной работы ОПФР по Белгородской области.

Теоретической базой данного исследования выступили работы, в содержании которых описывается функционал пресс-службы государственной организации, на основании чего можно сформировать определение понятия «информационно-разъяснительная работа», а также выявить социальные аспекты информационно-разъяснительной работы государственного учреждения. Авторами данных работ являются Е.Б. Лукиева, Г.Н. Татарина, Г.В. Атаманчук, А.Ю. Русаков, О.В. Милаева, С.С. Олейникова, А.В. Кочеткова, А.Д. Кривоносов, А.Н. Чумиков, Э.В. Кондратьев.

Для наиболее всестороннего изучения темы нашей работы автор обратился к трудам таких исследователей, как Г. Лассуэлл, У. Липпман, Э. Бернейс и С. Блэк, которые являются основоположниками теории связей с общественностью.

Несмотря на высокую степень изученности работы пресс-служб государственных организаций, степень научной разработанности такого вида деятельности пресс-служб, как информационно-разъяснительная работа, на сегодняшний день представляется малоизученной, так как теоретиками public relations не предложено четкое определение этого вида деятельности, а также не описаны его особенности и основные методы реализации. Необходимо отметить, что для наиболее полного и многостороннего рассмотрения метода в работе использовались публикации экспертов профессионального журнала «Пресс-служба».

Эмпирическая база данной работы была сформирована согласно установке исследователя: выявить особенности информационно-разъяснительной работы. Автором были изучены нормативно-правовые акты, регламентирующие информационно-разъяснительную работу государственных организаций, в том числе внутреннюю документацию Отделения ПФР по Белгородской области, должностные обязанности сотрудников, отвечающих за данную работу. В ходе написания работы были исследованы публикации в печатных и интернет-СМИ, радио- и телесюжеты о различных направлениях деятельности ОПФР за 2016-2017 гг., результаты реализации пиар-проектов на пенсионную тематику, методические рекомендации по организации информирования граждан, справочная продукция ПФР.

Немаловажным фактором выбора данной эмпирической базы является то, что на её примере можно всесторонне изучить различные направления информационно-разъяснительной работы и сформировать полную картину о реализуемых в рамках этой деятельности мероприятиях, а также изучить применяемые в работе методы.

Гипотезой нашего исследования является:

1. Утверждение о том, что информационно-разъяснительная работа обладает более широким функционалом и инструментарием реализации

информационной политики, чем общепринятая организация деятельности служб по связям с общественностью;

2. Предположение о том, что проведение информационно-разъяснительной работы не сконцентрировано лишь на взаимодействии со средствами массовой информации и не подразумевает лишь информирование населения, а выполняет в некотором смысле воспитательную функцию.

Методы исследования, использованные в работе, определяются целью, задачами, объектом и предметом исследования и включают в себя:

– реферативно-аналитический, индуктивно-дедуктивный и сравнительный методы, использованные для систематизации теоретического материала;

– метод мониторинга, примененный при отборе эмпирического материала исследования;

– качественный анализ контента был направлен на уточнение и интерпретацию содержания пиар-проектов и информационно-разъяснительных материалов ОПФР, отобранных для анализа;

– исторический подход дал возможность рассмотреть процесс становления пенсионной системы России и такого вида деятельности, как информационно-разъяснительная работа;

– метод типологизации, использованный с целью создания классификации инструментов, позволяющих реализовать информационно-разъяснительную работу;

– метод включенного наблюдения позволил изучить изнутри особенности проведения информационно-разъяснительной работы. Это стало возможным в связи с тем, что автор диссертации с 6 мая 2015 года и по настоящее время является руководителем группы по взаимодействию со СМИ Отделения ПФР по Белгородской области.

Теоретическая и практическая значимость данного исследования заключается в том, что основные положения и выводы, сформированные в ходе написания, могут быть использованы с целью проведения дальнейшего

изучения способов и особенностей реализации информационно-разъяснительной работы, что актуализирует и дополнит уже существующие теоретические источники. Результаты данного исследования могут также быть применены в качестве методического материала в преподавании курсов по организации работы пресс-службы государственного учреждения. Практическая ценность работы состоит в том, что в данном исследовании дано определение понятию информационно-разъяснительной работы, а также последовательно изложены и теоретически обоснованы используемые в этом виде деятельности пресс-службы методы информирования населения, которые могут применяться специалистами по связям с общественностью.

Апробация работы. Основные положения и результаты диссертационного исследования представлены автором в следующих публикациях:

1. Научная работа «Деятельность пресс-службы социально ориентированной государственной организации: основные направления и оценка эффективности», опубликованная в рамках участия в международной онлайн-конференции «Научный диалог: вопросы гуманитарных исследований» (г. Чебоксары, 2018). Режим доступа: https://interactive-plus.ru/ru/article/469169/discussion_platform.

2. Научная работа «Программа повышения пенсионной грамотности учащейся молодежи – как инструмент формирования пенсионной и социальной культуры общества (на примере Государственного учреждения Отделения ПФР по Белгородской области)», опубликованная по итогам международной онлайн-конференции «Педагогические инновации: от теории к практике» (г. Чебоксары, 2018). Режим доступа: https://interactive-plus.ru/article/469173/discussion_platform.

Структура работы обусловлена поставленными целями и задачами и включает в себя введение, три главы, заключение, список использованных источников и литературы и приложения.

Во введении предлагается обзор изученности темы, объект и предмет исследования, излагаются актуальность, цели и задачи исследования, кратко описывается теоретическая и эмпирическая базы, методы исследования, новизна исследования, теоретическая и практическая значимость работы.

В первой главе – «Информационно-разъяснительная работа государственного учреждения» – раскрывается определение информационно-разъяснительной работы и ее особенности, рассказывается о специфике работы служб по связям с общественностью государственных компаний, выявляются социальные аспекты информационно-разъяснительной работы государственного учреждения, а также описывается процесс реализации государственной политики Пенсионным фондом России.

Во второй главе – «Информационно-разъяснительная работа Отделения Пенсионного фонда России по Белгородской области» – подробно раскрываются инструменты реализации информационной политики ОПФР.

В третьей главе – «Совершенствование информационно-разъяснительной работы Отделения Пенсионного фонда России по Белгородской области» – оценивается эффективность реализуемых мероприятий в рамках информационно-разъяснительной работы.

В заключении сформулированы основные выводы работы и намечены перспективы для дальнейших исследований.

ГЛАВА 1. ИНФОРМАЦИОННО-РАЗЪЯСНИТЕЛЬНАЯ РАБОТА ГОСУДАРСТВЕННОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

1.1. Информационно-разъяснительная работа государственного учреждения: понятие, направления деятельности

Органы государственного управления – неотъемлемая часть современного устройства страны. Госструктуры, образованные в процессе становления общества, служат для оказания населению ряда услуг, которые без четкого контроля со стороны соответствующих органов и законодательно утвержденного порядка осуществления деятельности не существовали бы в принципе: правосудие, общественный порядок, здравоохранение и образование, культура, национальная оборона, социальные программы, охрана окружающей среды, транспортное сообщение.

Иерархия органов государственной власти предполагает наличие федеральных и субъектовых уровней, что регламентировано в статье 11 Конституции Российской Федерации [Конституция., <http://>]. Деятельность органов государственной власти затрагивает все стороны жизни общества, и поэтому постоянное взаимодействие с общественностью можно отнести к приоритетным направлениям работы власти.

Специфика работы госструктур заключается в том, что, прежде всего, они обязаны отстаивать интересы страны в целом, всех граждан и отдельных категорий населения. Если коммерческие структуры ведут свою работу, ориентируясь на интересы собственников и нужды потребителей, то государство не может преследовать интересы узкой группы.

Именно для того чтобы своевременно реагировать на постоянно меняющиеся настроения в обществе, в государственных организациях были созданы структуры, занимающиеся связями с общественностью – на сегодняшний день это неотъемлемая часть института управления [Лукиева, <http://>].

Функционал подразделения по связям с общественностью в государственной организации обусловлен двумя основными задачами. По мнению исследователя Е.Б. Лукиевой, одной из главных задач является регулярное предоставление информации о деятельности учреждения, его планах и достижениях. Второй не менее важной задачей является «воспитательно-информационная функция, направленная на просвещение общественности в вопросах законодательства, права и других аспектах повседневной жизни». Нередко в обязанности специалистов по связям с общественностью входит и информирование руководителей ведомств о сложившемся в обществе мнении в отношении каких-либо законодательных изменений или прогнозирование вероятной реакции на проводимую политику [Лукиева, <http://>].

Ко мнению, что к одной из основных функций пресс-службы государственной компании относится обеспечение руководства актуальной информацией о настроениях общественности, приходит в своем исследовании и Г.В. Атаманчук. Автор акцентирует внимание читателя на том, что PR-служба обеспечивает также выполнение важнейшей управленческой задачи по информированию граждан о различных направлениях государственной деятельности [Атаманчук 2014 : 256].

Более детальную классификацию основных функций пресс-службы государственных органов представляет автор Г.Н. Татарина. В своей работе исследователь отмечает, что к функционалу подразделений по связям с общественностью относится не только «информирование граждан о решениях, принимаемых органом власти, о его текущей деятельности и перспективах», но и «обеспечение гласности, открытости деятельности органа власти, содействие реализации законодательства, анализ и экспертиза общественно-политических процессов, мониторинг СМИ, содействие становлению институтов гражданского общества» [Татарина, <http://>].

А. Ю. Русаков в своем учебном пособии «Связи с общественностью в органах государственной власти» высказывает мнение о том, что необходимость в создании структур, занимающихся связями с общественностью, возникла одновременно со становлением социальной функции государства. Постоянное информирование об особенностях функционирования социальной политики государства подразумевает регулярное отражение его позиции в СМИ по вопросам различных реформ и важнейших решений [А.Ю. Русаков 2006 : 18].

В своей работе О.В. Милаева подчеркивает, что создание служб по связям с общественностью во властных структурах стало, прежде всего, следствием демократизации системы государственного управления в стране. Деятельность пресс-служб стала одним из приоритетных направлений работы, так как именно они являются ретрансляторами официальной позиции и комментариев руководства. Важно отметить, что работа PR-служб госорганов регламентирована официальными положениями и инструкциями, в которых отражены нормы функционирования. Что касается открытости деятельности пресс-служб, то во многом она зависит от управленческого стиля в организации, от особенностей политической ситуации в субъекте федерации.

Автор О.В. Милаева выделяет такое понятие как *public affairs*, то есть непосредственное взаимодействие государственных органов с населением с целью информирования о текущей деятельности компании, а также налаживание обратной связи с населением для анализа общественного мнения и осуществления адресной работы с гражданами [Милаева, <http://>].

На основе проанализированных нами теоретических источников можно выделить основные функции деятельности пресс-службы государственных органов:

- оперативное информирование населения о деятельности организации;

- взаимодействие со средствами массовой информации (подготовка материалов для публикации, пресс-релизов, комментариев для материалов журналистов, организация и проведение брифингов, пресс-конференций);
- организация выступлений, интервью представителей органов власти;
- мониторинг СМИ;
- создание информационных поводов для СМИ;
- организация конкурсов для журналистов;
- непосредственная работа с населением (проведение собраний и встреч с гражданами, адресное консультирование по отдельным вопросам в случае необходимости);
- анализ общественного мнения по различным вопросам, касающимся деятельности госоргана [Милаева, <http://>].

Стоит отметить, что вышеуказанные функции деятельности включает в себя и такой специфический вид деятельности пресс-службы государственной организации, как **информационно-разъяснительная работа**.

Информационно-разъяснительная работа – это вид деятельности пресс-подразделения государственной организации, главная цель которого не только проинформировать население о законодательных изменениях или новшествах федерального масштаба, затрагивающих интересы практически всего населения страны, но и разъяснить особенности, необходимость и важность подобных изменений, объяснить, что послужило причиной для принятия определенных управленческих решений, выработать у населения понимание сути изменений и снять напряженность в обществе. Важно отметить тот факт, что нередко серьезные законодательные изменения, обусловленные экономическим и политическим положением в стране, вызывают негативное отношение общественности и порождают протестные настроения. В этом случае проведение информационно-разъяснительной работы направлено еще и на то, чтобы нейтрализовать отрицательное отношение граждан и последовательно и

подробно объяснить, каким образом будет реализовываться та или иная норма закона, и к какому результату приведут законодательные новшества.

Наглядным примером информационно-разъяснительной работы может служить информационное сопровождение кампании по принятию налогового кодекса. Обязанность уплаты налогов всегда негативно воспринималась населением. Управлением по связям с общественностью и средствами массовой информации Государственной налоговой службы РФ была разработана концепция проведения этой кампании. В целях повышения информированности всех участников налоговых отношений и нейтрализации возможной негативной реакции были разработаны меры по всестороннему и объективному информированию населения, среди которых на первом месте стоит ознакомление широкой аудитории с идеологией проводимой налоговой реформы [Осокина <http://>].

Уникален не только масштаб проводимой информационно-разъяснительной работы, в которой были задействованы все заинтересованные структуры, но и сама технология, которая предполагала отказ от методов воздействия, построенных на негативе. В программе было прямо заявлено о нецелесообразности в демократическом обществе разговаривать с людьми с позиции силы [А.Ю. Русаков 2006 : 20]. В итоге вся работа строилась на посыле, который заключал в себе ключевое сообщение, что уплата налогов – это гражданский долг каждого россиянина. То есть информационно-разъяснительная работа была направлена на то, чтобы обратиться к таким чувствам человека, как долг, ответственность, честность и даже патриотизм. Исходя из приведенного примера, можно сделать вывод, что целью информационно-разъяснительной работы является не только информирование населения, но и изменение на подсознательном уровне отношения человека к проводимой реформе, законодательным новшествам.

В связи с вышесказанным можно отметить то, что многоплановая информационно-разъяснительная деятельность государственных структур по связям с общественностью включает в себя следующие направления:

– информационно-аналитическое направление (подразумевает разработку информационной политики, которая включает в себя анализ конкретных ситуаций при осуществлении государственной политики, оценку общественного мнения, настроений, реакций населения, подготовку массива аналитических данных для принятия наиболее эффективных государственных решений);

– информационно-коммуникативное направление (подразумевает распространение информации при проведении разъяснительной работы с населением при помощи различных каналов: телевидения, радио, печатных и интернет-СМИ, а также социальных сетей);

– консультативно-методическое направление (заключается в оказании консультативной помощи населению по вопросам, находящимся в компетенции государственных органов, посредством проведения собраний, встреч и сходов граждан, адресной работы с отдельными категориями населения, информировании в ходе проведения различных акций);

– организационно-правовое направление (включает в себя работу по подготовке и проведению различных акций, выставок, участие в межведомственных совещаниях, конференциях с привлечением представителей СМИ, с использованием аудио- и видеотехники, а также правовое обеспечение деятельности пресс-службы).

В зависимости от особенностей деятельности подразделения по связям с общественностью конкретного государственного учреждения эта классификация может расширяться или сокращаться, но мы считаем, что данная универсальная классификация направлений информационно-разъяснительной работы наиболее полно характеризует содержание и особенности ее реализации.

Информационно-разъяснительная деятельность связана с представлением различных сторон, направлений и составляющих государственных интересов. Соответственно партнер, к которому она обращается, выступает не как индивид – потребитель товара (услуг), а как гражданин, ассоциированный в какую-либо организацию, или индивидуальный субъект [Лукиева, [http://](#)].

Обобщая все вышесказанное, можно сделать вывод, что службы по связям с общественностью в структуре государственных органов являются важнейшим компонентом реализации управленческих инициатив. Они органично вписываются в систему ключевых направлений деятельности и способствуют принятию оптимальных решений, активно влияя на их реализацию, а также помогают в упреждении конфликтов [Лукиева, [http://](#)].

PR-службы государственных учреждений, избравшие для осуществления своей деятельности информационно-разъяснительную работу, не только всесторонне информируют население, но и разъясняя особенности различных законодательных изменений, формируют нейтральное отношение общественности к различным нововведениям.

Информационно-разъяснительная работа многогранна и включает в себя четыре ключевых направления деятельности: информационно-аналитическое, информационно-коммуникативное, организационно-правовое и консультативно-методическое направления.

1.2. Социальный аспект информационно-разъяснительной работы государственного учреждения

С принятием Конституции Российской Федерации в 1993 году в статье 7 закрепилось положение, согласно которому «Российская Федерация – социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и развитие человека» [Конституция..., [http://](#)]. Несмотря на конституционное закрепление такого политико-правового института, как социальное государство, он еще не окончательно сформирован и

представляет собой цель, достижение которой возможно благодаря реализации социальной функции. Исследователь С.С. Олейникова отмечает, что «статус социального приобретает исключительно то государство, в системе внутренних функций которого социальная функция играет ведущую роль» [Олейникова 2011 : 59-60].

В системе функций государства социальная функция появилась относительно недавно. Отдельные элементы социальной деятельности существовали и на ранних этапах развития государственности, но не носили систематического и целенаправленного характера, а скорее являлись адресными мерами. В современной России реализация социальной функции является одной из приоритетных внутривластных задач, поскольку результатом ее решения является создание достойных условий для жизни в современном обществе [Новикова 2014 : 2-3].

Создание комфортной среды для развития общества тесно связано с проведением социальной политики, которая сосредоточена на удовлетворении потребностей в медицинском обслуживании, доступном образовании, пенсионном обеспечении и прочих гарантиях стабильности жизни индивида. В обществе, где отсутствуют условия для жизнедеятельности человека, не соблюдаются и не обеспечиваются его права, возникают политические и социальные противоречия, растет недовольство государственной властью, что в итоге приводит к социальным революциям [Мазаева 2001: 8]. По своей сути социальная функция возникает из необходимости согласования интересов больших социальных групп в осуществлении контроля над ограниченными ресурсами.

Социальная политика государства является общественно значимым фактором социального развития. Проводимая правительством, всеми ветвями и органами власти, она призвана аккумулировать, фокусировать, отражать обстановку в стране и ситуацию в обществе, потребности и цели его развития. В задачи социальной политики входят стимулирование экономического роста и

подчинение производства интересам потребления, усиление трудовой мотивации и деловой предприимчивости, обеспечение должного уровня жизни и социальной защиты населения, сохранение культурного и природного наследия, национального своеобразия и самобытности. Государство должно выступать гарантом социальной направленности экономики. Для эффективного осуществления своих регулирующих функций оно располагает такими мощными рычагами воздействия, как национальный бюджет, система налогов и пошлин [Ильенкова, <http://>].

Информирование об особенностях социальной политики государства означает регулярную артикуляцию его позиции в СМИ по вопросам реформы среднего и высшего образования, озвучивание важнейших решений государства о повышении пенсий, льгот для ветеранов войны и труда, о реформах в сфере образования и других важных сферах общественной жизни [Атаманчук 2004 : 256].

Одной из главных функций государственных организаций является сохранение в стране социальной стабильности, которую в данном случае можно определить через понятие функциональности: социальная система тогда считается стабильной, когда взаимодействие её компонентов обеспечивает нормальное функционирование системы и приводит к ее воспроизводству. Основываясь на этом, можно сделать вывод, что социально-политическая стабильность представляет собой систему связей, в том числе общественных и информационных, между различными политическими субъектами, для которой характерны определенная целостность и способность эффективно реализовать возложенные на нее функции.

Данное определение формирует понимание того, что система общественных связей является определяющей для сохранения и поддержания политической стабильности в обществе. [Атаманчук 2004 : 258].

Актуальная задача информационно-разъяснительной работы государственных организаций, призванных обеспечивать реализацию

социальной функции – создание вовлеченности граждан в решение социальных проблем общества, а также формирование ответственности и пробуждение заинтересованности граждан в укреплении таких социальных благ, как обеспечение экономической стабильности, снижение преступности, безработицы, рост уровня жизни населения путем коррекции собственного образа жизни.

Важно отметить, что информационно-разъяснительная работа, проводимая госорганами, должна строиться на двух основополагающих принципах. Во-первых, демократическое государство должно отчитываться о своей деятельности перед своими гражданами. Во-вторых, эффективное государственное администрирование в сфере социальной политики требует активного участия и поддержки граждан [А.Ю. Русаков 2006 : 25].

Основными целями информационно-разъяснительной работы государственных органов вне зависимости от их уровня являются:

- 1) информирование населения о деятельности государственного органа;
- 2) информирование руководства о состоянии общественного мнения;
- 3) мотивирование граждан к участию в государственных программах (голосование, защита окружающей среды, уплата страховых взносов на формирование будущей пенсии).
- 4) привлечение бизнеса и общественных организаций к участию в подготовке и реализации государственных программ;
- 5) информационная поддержка эффективного взаимодействия ветвей государственной власти в интересах общества.

Следует отметить, что вышеперечисленные цели служат для реализации социального аспекта информационно-разъяснительной работы. Данный аспект наиболее актуален для работы государственных пресс-служб, которые должны придавать особое значение освещению деятельности госорганов, осуществляющих социальную функцию. Примером подобной деятельности может служить информирование граждан о возможности трудоустройства

инвалидов, о поддержке многодетных семей, о реализации программы материнского (семейного) капитала, о выплате пособий различным категориям граждан и прочее. При информировании населения о различных мерах государственной поддержки важно не только рассказать о существующих законодательных мерах, но и объяснить, кто имеет право на их получение и каким образом можно получить ту или иную поддержку от государства. Диалогичность между обществом и органами власти, возможная благодаря грамотно организованной информационно-разъяснительной работе, способствует созданию благоприятного социально-психологического климата, снижению социальной напряженности и обеспечению социальной стабильности в обществе, а также преодолению кризисных ситуаций в отношениях между государством и обществом.

При этом необходимо обозначить ряд принципов, на которых должна строиться информационно-разъяснительная работа государственной организации:

1. Открытость власти перед обществом – ключевой принцип, обязательный для соблюдения. Предполагает обеспечение открытости информации при выработке и принятии управленческих решений.

2. Право на информацию. Предусматривает обеспечение равного доступа к социально-значимой информации для всех граждан (в том числе – СМИ).

3. Социальная ориентация. Информационно-разъяснительная работа государственных организаций, прежде всего, должна быть направлена на всестороннее освещение социально-значимых проектов государства на всех этапах их реализации.

4. Законность. Способствование созданию системы, обеспечивающей свободное выражение мнений и их принятие для дальнейшего развития социальной сферы государства, независимость средств массовой информации.

5. Системность. Информационная политика опирается на принцип системности в отношениях администрации со всеми СМИ: регулярное

проведение встреч с представителями средств массовой информации, открытое обсуждение проблемных вопросов, предоставление журналистам необходимой статистической информации [Особенности PR-деятельности..., <http://>].

Базирующийся на предложенных принципах социальный аспект информационно-разъяснительной работы подразумевает налаживание и поддержку коммуникативных взаимоотношений со всеми группами общественности, на которые оказывает влияние то или иное действие организации, а также способствует совершенствованию этих коммуникативных отношений, превращая их в конструктивный диалог.

Изученные в ходе контент-анализа теоретические источники позволили сформировать мнение о том, что в современной России практически каждый государственный орган имеет собственную пресс-службу в виде департамента или отдела по связям с общественностью, информационно-аналитического центра, пресс-службы или другого подразделения, реализующего PR-функционал. Посредством проведения информационно-разъяснительной работы ведомства обеспечивают формирование в информационном поле собственного контента, который, в свою очередь, способствует вовлечению граждан в процесс управления государством и принятия законодательных решений в социальной сфере, позволяя обществу влиять на государственное развитие. Организация подобного взаимодействия повышает доверие к органам государственной власти среди населения, создает благоприятную среду для установления социального согласия [Антипов 2002 : 34].

Проведенный в диссертации анализ дает основания для переосмысления организации и функционирования служб по связям с общественностью в российских государственных органах власти и управления с учетом стратегии становления социально ответственного правового государства и развития гражданского общества.

Автор исходит из того, что службы по связям с общественностью органов государственной власти призваны выполнять важную двуединую задачу: с

одной стороны, содействовать выражению интересов общества, стимулируя вовлеченность граждан в процесс управления, предотвращая и разрешая социальные конфликты, а с другой, способствовать изменению самой власти, делая ее более открытой, более эффективной и реагирующей на общественные ожидания [Государственная PR-служба, <http://>].

Социальный аспект информационно-разъяснительной работы в системе государственного управления России определяет две основных цели: обеспечение стабильности в обществе и сохранение его как единого целого, а также содействие его сбалансированному развитию. Именно поэтому службы по связям с общественностью должны существовать на всех уровнях власти, иметь четко поставленные цели и задачи, обладать достаточными ресурсами и технологиями для реализации своих социальных функций [Становова, <http://>].

Проведенное автором углубленное исследование позволило сформировать определение понятия социальных функций информационно-разъяснительной работы органов государственной власти, выделив при этом два значения. В узком понимании, социальная функция информационно-разъяснительной работы – это реализация основных направлений деятельности PR-служб, имеющих высокую социальную значимость. В широком понимании, социальная функция информационно-разъяснительной работы – это совокупность действий службы по связям с общественностью государственной организации, направленных на взаимопонимание и взаимоподдержку между властью и гражданами, способствующих сбалансированному общественному развитию.

Выявление и раскрытие социальных аспектов, функций служб по связям с общественностью органов государственной власти является важным фактором в решении задачи дальнейшего развития и повышения эффективности системы государственного управления Российской Федерации.

1.3. Реализация государственной политики в сфере пенсионного обеспечения как направление деятельности Пенсионного фонда Российской Федерации

Одной из наиболее социально-ориентированных организаций в Российской Федерации является Пенсионный фонд России. По одной из немногочисленных версий, история становления пенсионной системы нашей страны берет свое начало со времени правления Петра Великого, который учредил первый пенсионный «закон» «Устав морского Русского военного флота» в 1720 году. Однако стоит отметить, в других формах традиция государственного покровительства отставным и нетрудоспособным государевым слугам существовала задолго до петровских реформ [Электронный архив..., <http://>].

Лишь в XVIII веке в период реформаторской деятельности Петра слово «пенсия» (особая денежная выплата государевым служащим), возникшее из французского «*pension*» – платеж, стало употребляться в государственных циркулярах и вошло обиходную русскую речь. Во времена Петра I была создана система регулярных выплат офицерам и инвалидам, получившим ранения в ходе военных кампаний. Первые законодательные нормы обеспечения пенсионеров были обозначены в «Морском уставе» и относились к обеспечению офицеров флота.

Правовой фундамент пенсионного обеспечения первой половины XIX века был заложен в период царствования Александра I: по его указу был создан Комитет для создания Положения о выплате пенсий. Над документом работали руководители основных министерств: финансов, юстиции, внутренних дел, военного и морского ведомств. Результатом этой работы стало решение задачи выплаты пенсий военным и гражданским служащим с привлечением дополнительных источников пенсионного капитала. Во второй половине XIX века на получение трудовых пенсий по старости имели право и работники

частных предприятий: государство обязывало промышленников создавать пенсионные общества [Электронный архив., <http://>].

Наличие социальных гарантий для рабочего класса (право на пенсии имели семьи наемных работников в случае потери кормильца) стало одной из причин увеличения численности рабочих на заводах в период стремительного промышленного роста.

Особую роль в становлении пенсионного обеспечения в XIX веке сыграл Николай I, который стал инициатором проведения пенсионной реформы в 1828 году: новый «Устав о пенсиях и единовременных пособиях государственным (военным и гражданским) служащим» стал итогом масштабной модернизации пенсионного законодательства в России. Этот правовой акт стал первым общегражданским кодексом пенсионных уложений, который претерпев несколько редакций, оставался актуальным вплоть до начала XX века [От воинских уставов., <http://>].

В дореволюционной России пенсионное обеспечение простых граждан состояло из нескольких уровней, важными составляющими которых были государственные пенсии за бессрочную службу, выплаты больным и инвалидам. В дореволюционный период социальная система Российской империи достигла достаточно высокого уровня по сравнению со многими другими странами. Социальное страхование рабочих и система трудового законодательства в Российской империи признавались одними из лучших в мире – об этом, в частности, на встрече с группой промышленников из России в 1912 году заявил Уильям Тафт, 27-й президент США. Он посещал Россию в начале века, его путь в Санкт-Петербург на встречу с императором Николаем II пролегал через Владивосток. Поэтому президент Тафт оценивал качество социальной политики царской России не понаслышке [Пенсии до революции., <http://>].

После Октябрьской революции пенсионное обеспечение было одним из первых вопросов, решение которого стало перед новым правительством

страны. В августе 1918 года были введены пенсии для инвалидов Красной армии, позже для партийных активистов, горняков и текстильщиков. Всеобщее пенсионное обеспечение для городских рабочих и служащих будет введено в 1937 году [Пенсии в СССР..., <http://>].

Перед началом Великой Отечественной войны было принято постановление СНК СССР «О пенсионном обеспечении военнослужащих и членов их семей», которым регламентировалась величина пенсионной выплаты в зависимости от зарплаты и причин нетрудоспособности военного.

Крестьяне по-прежнему не относились к той категории населения, которой полагалась пенсия. Такая ситуация сохранялась вплоть до 60-х годов, которые в истории государства называются периодом хрущевской «оттепели». Именно эти годы стали одним из важнейших этапов в формировании пенсионной системы, которая стала всеобщей после подписания закона «О государственных пенсиях». Позже, в 1964 году, с принятием Закона «О пенсиях и пособиях членам колхозов» пенсионные права в Советском Союзе впервые получили колхозники.

Начиная с 1960-х годов, пенсионная система СССР включала два базовых компонента: пенсионное обеспечение рабочих и служащих государственных предприятий и пенсионное обеспечение колхозников. Впервые законодательно было оформлено всеобщее право на получение пенсии по старости [Пенсии в СССР..., <http://>].

Важно отметить, что пенсионное обеспечение в Советском союзе было фактически бесплатным для работников. В отсутствие страховых отчислений из дохода граждан пенсии финансировались из общественных фондов потребления.

Интересной особенностью советской пенсионной системы был низкий возраст выхода на пенсию: 60 лет для мужчин и 55 лет для женщин. Это требование остается неизменным с начала 30-х годов XX века. Оно было установлено по результату медицинского обследования работников,

выходивших на пенсию по инвалидности. Решение комиссии сводилось к заключению: «К 55 годам большая часть женщин и к 60 годам – большая часть мужчин теряют возможность продолжать работать». Несмотря на то, что пенсионная система России претерпела множество преобразований, возрастной параметр по-прежнему остается неизменным [История развития пенсионной системы.., <http://>].

Пенсионная система базируется на принципе «солидарности поколений», то есть взносы, уплачиваемые работающими гражданами, идут на выплаты пенсий нынешним пенсионерам. Этот принцип лежит в основе пенсионных систем многих западных стран, сформировавшихся в середине XX века. Так была устроена и советская пенсионная система – она обеспечивала пенсионерам довольно неплохой уровень жизни, – и пенсионная система России в 1990-ые годы.

Принцип «солидарности поколений» – вполне действенный и справедливый, но лишь при условии, что все граждане ему сознательно и честно следуют. Готовность общества помогать людям, неспособным трудиться по возрасту или по болезни, говорит о высокой степени социальной ответственности. Однако подобные пенсионные системы хорошо работают только при наличии определенных условий, когда количество работающих граждан значительно превышает количество пенсионеров, экономика растёт быстрыми темпами, а сбор налогов хорошо отлажен [История развития пенсионной системы.., <http://>].

В конце XX века пенсионные системы большинства стран, применявших принцип «солидарности поколений», столкнулись с серьезными ограничениями. Это ухудшение демографической ситуации, уклонение от уплаты налогов, недостаток инвестиционных ресурсов в экономике. В подобной ситуации государство оказывается не в состоянии обеспечивать своих граждан достойными пенсиями, используя старую пенсионную систему.

Именно эти проблемы вызвали к жизни российскую пенсионную реформу и необходимость замены старой пенсионной системы.

Пенсионный фонд Российской Федерации был образован 22 декабря 1990 года. Это событие помогло получить новый способ финансирования и выплаты пенсий и пособий. Сначала функцией Пенсионного фонда был сбор страховых взносов на финансирование выплаты пенсий. Но позже начали формироваться Единые пенсионные службы, в обязанности которых входило начисление и выплата пенсий. В 2002 году в стране начался самый масштабный период пенсионной реформы. Ее главным итогом стало введение многоуровневой структуры пенсионного капитала. Отныне пенсия граждан России стала включать в себя три составляющие: базовую, страховую и накопительную части.

Проблема перехода к накопительному методу пенсионного страхования долгое время была предметом бурных дискуссий в российском обществе и в экспертных кругах. Вопрос в итоге был решен в пользу принятия смешанного варианта – когда пенсионное страхование сочетает в себе элементы распределительной и накопительной модели.

Ключевым годом в истории ПФР стал юбилейный, 2010 год. Впервые в своей истории Фонд в полном объеме объединил две основные функции: администрирование страховых взносов и выплату пенсий, что стало основой для перехода на страховые принципы. А ПФР стал администратором взносов не только пенсионную систему, но и в систему ОМС. На сегодняшний день эта функция передана с 1 января 2017 года в Федеральную налоговую службу.

Принципы формирования пенсии претерпели очередные изменения в ходе реформирования законодательства в 2015 году. В соответствии Федеральным законом «О страховых пенсиях» №400-ФЗ будущая пенсия граждан формируется в баллах: ключевыми параметрами, влияющими на размер пенсии стали размер официальной заработной платы, возраст выхода на

пенсию, количество пенсионных баллов, а также уплата страховых взносов работодателем.

К социально значимым функциям Пенсионного фонда России, который является ключевым звеном в реализации государственной политики в сфере пенсионного обеспечения, относится не только назначение и выплата пенсий, но и реализация социальных выплат, учет участников системы обязательного пенсионного страхования, взаимодействие со страхователями, реализация программы материнского (семейного) капитала, управление средствами пенсионной системы, проведение научно-исследовательской работы в области пенсионного страхования, а также проведение информационно-разъяснительной работы с населением и деятельность по повышению пенсионной и социальной грамотности учащейся молодежи.

Пенсионный фонд – крупнейшая федеральная система оказания государственных услуг, которая имеет трехуровневую структуру:

1. Исполнительная дирекция.
2. Отделения Пенсионного фонда в субъектах Российской Федерации.
3. Управления ПФР в городах и районах, межрайонные Управления или клиентские службы.

В некоторых регионах в структуре Отделения ПФР функционируют Центры по выплате пенсий и обработке информации, которые осуществляют обработку больших массивов данных и обеспечивают выплату пенсий.

Пенсионный фонд Российской Федерации составляет очень большую и важную часть системы социального обеспечения. Благодаря множеству функций Фонд может обеспечивать материальной поддержкой все слои населения. И с каждым годом социальная система Российской Федерации совершенствуется во многом благодаря работе Пенсионного фонда.

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ I

Подводя итоги, считаем важным отметить, что основная цель деятельности государственных органов заключается в отстаивании интересов

граждан, и в этом, несомненно, помогают службы по связям с общественностью – на сегодняшний день это неотъемлемая часть института управления [Лукиева, [http://](#)]. В результате проведенного эмпирического анализа нами были выявлены основные функции деятельности пресс-службы госорганов, такие как информирование населения о деятельности организации, взаимодействие со СМИ, организация и проведение брифингов, пресс-конференций, выступлений, интервью представителей органов власти, мониторинг СМИ, организация конкурсов для журналистов, а также непосредственная работа с населением [Милаева, [http://](#)].

Указанные направления включает в себя и такой вид деятельности служб по связям с общественностью, как **информационно-разъяснительная работа**. Анализ направлений и функций пресс-служб государственных организаций позволил нам дать определение термину «информационно-разъяснительная работа». Это понятие подразумевает вид деятельности пресс-подразделения государственной организации, главная цель которого не только проинформировать население о законодательных изменениях или новшествах федерального масштаба, которые затрагивают интересы практически всего населения страны, но и разъяснить особенности, необходимость и важность подобных изменений, объяснить, что послужило причиной для принятия определенных управленческих решений.

Информационно-разъяснительная работа государственных органов включает в себя следующие направления:

- информационно-аналитическое направление;
- информационно-коммуникативное направление;
- консультативно-методическое направление;
- организационно-правовое направление.

Исследователь считает необходимым акцентировать внимание на социальном аспекте информационно-разъяснительной работы в системе госуправления России. Он определяет две основные социально

ориентированные цели информационно-разъяснительной работы: обеспечение стабильности в обществе и сохранение его как единого целого, а также содействие его сбалансированному развитию.

Одним из наиболее социально значимых государственных учреждений является Пенсионный фонд России. История его становления – это, по сути, история развития социальной сферы российского общества.

Сегодня, пройдя через множество реформ, Пенсионный фонд не только обеспечивает назначение и выплату пенсий, но и реализацию социальных выплат, учет участников системы обязательного пенсионного страхования, взаимодействие со страхователями, реализацию программы материнского (семейного) капитала, управление средствами пенсионной системы, проведение исследований в области пенсионного страхования, информационно-разъяснительной работы с населением и деятельности по повышению пенсионной и социальной грамотности учащейся молодежи.

Именно информационно-разъяснительная работа, ее содержание, инструменты и эффективность представляют особый интерес для исследователя, так как цель этого направления значительно глубже и фундаментальнее, чем просто информирование. Она направлена на развитие пенсионных знаний и формирование пенсионной культуры россиян различных социальных групп и возрастов.

ГЛАВА 2. ИНФОРМАЦИОННО-РАЗЪЯСНИТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОТДЕЛЕНИЯ ПЕНСИОННОГО ФОНДА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1. Инструменты реализации информационной политики Пенсионного фонда Российской Федерации в Отделении ПФР по Белгородской области

Спектр услуг, оказываемых Пенсионным фондом Российской Федерации, достаточно широк: назначение и финансирование выплаты пенсий, социальные выплаты, финансирование социальных программ субъектов Федерации, реализация Программы государственного софинансирования пенсий, реализация программы материнского капитала и многое другое. Деятельность Пенсионного фонда, так или иначе, касается каждого гражданина Российской Федерации и даже иностранных граждан, которые ведут свою трудовую деятельность на территории нашей страны.

Именно поэтому информирование обо всех изменениях в пенсионной системе является одним из приоритетных направлений деятельности Фонда.

В составе Исполнительной дирекции Пенсионного фонда Российской Федерации реализацию информационной политики с 2009 года осуществляет структура под названием Департамент общественных связей и взаимодействия со СМИ, которым руководит заместитель Председателя Правления ПФР – начальник Департамента Маргарита Нагога. Департамент общественных связей состоит из следующих отделов: отдел по взаимодействию со СМИ, отдел рекламы и печатных изданий, отдел интернет-коммуникаций и региональной информационной политики ПФР, отдел мониторинга и поддержки сайта ПФР.

Основным документом, регламентирующим информационную политику Пенсионного фонда, является Положение об управлении единой информационной политикой и проведении информационно-разъяснительной работы №529р от 11 октября 2016 года. В соответствии с данным документом основными задачами информационно-разъяснительной работы является «информирование граждан о пенсионных и социальных правах,

информирование граждан и страхователей по вопросам пенсионного и социального обеспечения, входящим в компетенцию ПФР, о функциях ПФР, государственных услугах, оказываемых ПФР, способах получения государственных услуг, деятельности ПФР». Среди приоритетных задач также информирование граждан о порядке формирования будущей пенсии в системе обязательного пенсионного страхования (ОПС), о возможностях личного участия в формировании будущей пенсии, предоставляемых действующим законодательством. Информационная политика ПФР также направлена на содействие легализации рынка труда через формирование у граждан негативного отношения к «серой» зарплате и нелегальным трудовым отношениям. Вышеперечисленные ключевые задачи информационно-разъяснительной работы (ИРР) заложены в основу Плана мероприятий по проведению ИРР на определенный период.

Департамент общественных связей и взаимодействия со СМИ напрямую курирует деятельность региональных подразделений – групп по взаимодействию со средствами массовой информации в составе областных Отделений ПФР.

В Отделении Пенсионного фонда России по Белгородской области группа по взаимодействию со средствами массовой информации состоит из трех сотрудников: руководитель и два специалиста. При этом в Белгородской области в городах и районах обеспечивают реализацию пенсионного законодательства 22 Управления ПФР городского и районного масштаба, в каждом из которых есть сотрудники, отвечающие в соответствии с внутренним приказом руководства за взаимодействие с местными СМИ. В большинстве случаев информационно-разъяснительная работа входит в обязанности заместителей начальников Управлений ПФР.

Для того чтобы понять масштабность проводимой работы, необходимо обозначить целевую аудиторию информационно-разъяснительной работы Отделения ПФР по Белгородской области. ИРР регионального Отделения

проводится с учетом потребности и предпочтений в информации в разных форматах (публикации в интернете и печатных СМИ, сюжеты по телевидению и радио, печатная справочная продукция) по каналам коммуникации **для различных социальных категорий граждан – целевых аудиторий:**

- пенсионеры (женщины старше 55 лет и мужчины старше 60 лет, граждане, вышедшие на досрочную пенсию в зависимости от вида трудовой деятельности, пенсионеры по инвалидности);

- граждане трудоспособного возраста (22-55/60 лет – будущие пенсионеры, которые находятся в процессе формирования пенсионных прав);

- женщины фертильного возраста (в части реализации программы материнского (семейного) капитала);

- инвалиды и семьи, воспитывающие детей-инвалидов;

- школьники и студенты (в части образовательных программ по повышению пенсионной и социальной грамотности, получатели пенсий по случаю потери кормильца, получатели пособий по уходу за нетрудоспособными гражданами, дети, родители которых не известны, или «подкидыши»);

- работники системы ПФР;

- представители общественных организаций, включая профсоюзные организации.

Работники Пенсионного фонда, представители СМИ и общественных организаций являются целевыми аудиториями-ретрансляторами, что касается других групп граждан – это непосредственные или потенциальные клиенты Пенсионного фонда.

В зависимости от потребностей различных целевых аудиторий, ПФР создает информационно-разъяснительные материалы в различных форматах в доступной, понятной и привлекательной форме, общей чертой которых является объективность, достоверность и актуальность информации.

Для проведения информационно-разъяснительной работы задействованы следующие возможные **инструменты реализации информационной политики:**

1. *Размещение информационно-разъяснительных материалов по актуальным темам пенсионного и социального обеспечения в СМИ.* Группой по взаимодействию со СМИ используются не только традиционные способы распространения информации, такие как рассылка пресс-релизов, проведение пресс-конференций (в том числе в режиме видеоконференции с районными СМИ), брифингов, презентаций новых электронных сервисов, организация работы с конкретными СМИ по запросу, подготовка интервью руководителей и комментариев специалистов, но и участие в спецпроектах местных телеканалов, радиостанций и печатных СМИ. Так, совместно с общественно-политической региональной газетой «Белгородская правда» группой СМИ был инициирован запуск спецрубрики «Пенсионный ликбез», в которой публиковались актуальные новости пенсионного законодательства.

Уже традиционной стала программа «Горячая линия», ежемесячно выходящая в эфире радио «России. Белгород»: 25-ти минутный выпуск в прямом эфире полностью ведет заместитель управляющего ОПФР Татьяна Стригунова. Жители региона задают вопросы, касающиеся деятельности ПФР компетентному специалисту и получают исчерпывающие ответы, при этом в период ожидания звонка озвучиваются ответы на вопросы, поступившие по почте в группу СМИ в течение месяца. С отдельными позвонившими после программы проводятся дополнительные консультации по материалам пенсионного дела. По этому же принципу строилась и программа «Знающие люди» на канале «Мир Белогорья», приглашенными экспертами которой часто были компетентные сотрудники регионального Отделения ПФР. Участие Пенсионного фонда в съемках очередного выпуска инициировалось группой по взаимодействию со СМИ. Тесное сотрудничество с ТРК «Мир Белогорья» послужило причиной создания целого цикла передач «Как 2x2» (автор Наталья

Пилипенко) на пенсионную и социальную тематику: выпуски были посвящены пенсионной формуле, инвестированию пенсионных накоплений, материнскому капиталу и электронным сервисам ПФР. В конце 2017 года на телеканале «Мир Белогорья» были запущены новые спецпроекты под названием «Прикладная экономика» и «Объясняем на пальцах». Группой по взаимодействию со СМИ уже инициирован выход одного выпуска на тему инвестирования пенсионных накоплений и совместно с авторами готовятся материалы для новых программ.

Группа по взаимодействию со СМИ регулярно отслеживает новые проекты региональных СМИ и адаптирует свои темы под формат телепрограмм, радиопередач и печатных изданий.

2. Проведение встреч, собраний, консультаций в ходе участия в межрегиональных выставках и круглых столов с гражданами. Непосредственное консультирование граждан – действенный инструмент информационно-разъяснительной работы, который помогает установить прямой диалог ведомства с гражданами, повысить уровень доверия к ПФР. Данную деятельность по уровню инициатора можно условно разделить на две группы: мероприятия федерального и регионального уровня. К федеральным инициативам относится проведение собраний и встреч с трудовыми коллективами и членами профсоюзов, выездные консультации, которые проводятся в рамках реализации совместного Плана мероприятий Министерства труда и социальной защиты, Федерации независимых профсоюзов России и Пенсионного фонда РФ. Только в 2017 году состоялось 1144 собрания с коллективами, в которых приняли участие более 38 тысяч граждан.

Несмотря на проведение столь масштабной информационно-разъяснительной работы непосредственно с населением, группа по взаимодействию со СМИ регулярно принимает участие в межрегиональных выставках на различные тематики в конгрессно-выставочном зале «Белэкспоцентр». Проведение подобных консультаций с гражданами –

региональная инициатива. Так, в марте 2017 года состоялась выставка «Все для молодой семьи», в ходе которой непосредственно сотрудники группы по взаимодействию со СМИ консультировали граждан о возможности покупки или строительства жилья за счет средств материнского капитала, а также о других направлениях реализации средств сертификата.

3. *Распространение печатной справочной продукции.* Особое внимание Пенсионный фонд уделяет созданию и распространению печатной справочной продукции, которая включает в себя брошюры, лифлеты¹, плакаты формата А3, рекламные баннеры для биллбордов (3х6м) и сити-форматов (1,8х1,2м), листовок (см. приложение 1), стикеров для общественного транспорта и клиентских служб, учебников «Все о будущей пенсии: для учебы и жизни», а также совместного учебного пособия ПФР и Ростелеком по компьютерной грамотности для граждан старшего поколения «Азбука Интернета». Объем поставляемой Департаментом в Отделение ПФР полиграфической продукции соответствует региональной заявке, сформированной с учетом нужд Управлений и Отделения ПФР группой по взаимодействию со СМИ. Раздаточный материал ПФР распространяется не только в клиентских службах Управлений ПФР, но и в организациях-социальных партнерах, таких как Управления социальной защиты, отделы ЗАГС, почтовые отделения, МФЦ. Организации, в которых можно ознакомиться со справочной продукцией ПФР, выбираются неслучайно. Так, лифлеты и брошюры о материнском капитале можно найти в женских консультациях, перинатальных центрах, педиатрических отделениях – местах частого пребывания молодых мам с детьми.

Что касается размещения печатной продукции большого масштаба (биллбордов, сити-форматов) (см. приложение 2), то здесь важно подчеркнуть,

¹ Лифлет – однолистовой материал, отпечатанный с двух сторон с 2-3 фальцами, сложенный гармошкой, пополам или дельтообразно, содержащий в себе справочную информацию и используемый в качестве раздаточного материала.

что все рекламные материалы размещаются на безвозмездной основе, как социальная реклама. По этому же принципу происходит размещение стикеров в общественном транспорте. Так, в 2017 году в областном центре в 50 единицах общественного транспорта были расклеены стикеры на тему электронных услуг ПФР в рамках оказания содействия в проведении информирования граждан собственниками транспортной компании.

4. *Реализация PR-проектов.* Важной особенностью этого инструмента информационно-разъяснительной работы является то, что для его применения группа по взаимодействию со СМИ получает определенное финансирование. Перечень подобных проектов ограничен, к ним относятся брендинг общественного транспорта, трансляция рекламных видеороликов в общественных местах (на уличных светодиодных экранах, в кинозалах, в торговых центрах), участие в межрегиональных выставках и форумах.

5. *Программа по пенсионной и социальной грамотности учащейся молодежи.*

6. *Информирование в социальных сетях.* Информирование в социальных сетях – действенный инструмент информационно-разъяснительной работы. Так, группой по взаимодействию со СМИ ведется 3 официальных аккаунта регионального ПФР в социальных сетях VKontakte, Facebook и Twitter, а также в «Живом журнале» и Google+. Специалисты группы СМИ самостоятельно формируют контент, который состоит из содержательной событийной и справочной инфографики. Важно отметить, что наиболее активная аудитория в Facebook: в среднем в течение недели под постами ПФР ставится около 20 лайков и читатели делают более 5 репостов.

В зависимости от характера информационного повода все материалы о деятельности ПФР можно разделить на:

– материалы о ежегодных календарных мероприятиях, например, индексации, корректировка размера пенсий работающим пенсионерам,

Программа софинансирования (необходимость взноса), напоминание о сроках отчетности, Единый день пенсионной грамотности;

– *событийные*, например, вручение юбилейного сертификата на материнский капитал, выплата 5000 рублей пенсионерам, общественные слушания. К этой группе относятся те информационно-разъяснительные материалы, в которых освещены события регионального и федерального масштаба, не имеющие определенной периодичности.

– *освещающие нововведения в пенсионном и социальном законодательстве и деятельности ПФР*, например, презентация мобильного приложения ПФР, расширение функционала электронных сервисов, новые направления реализации средств материнского капитала.

– *о текущей деятельности, которые носят характер своеобразного напоминания, повторения «пройденного материала»* например, материалы, напоминающие о том, как формируется пенсия, о стоимости набора социальных услуг, о возможностях реализации средств материнского капитала.

Вышеперечисленные инструменты информационно-разъяснительной работы используются для освещения различных направлений деятельности Отделения ПФР, позволяют охватить все группы целевой аудитории, а также задействовать разнообразные каналы преподнесения информации.

2.2. PR-проект как инструмент информационно-разъяснительной работы: содержание, особенности и средства реализации

Социальный PR – это деятельность, направленная на формирование, поддержку и развитие нужных (чаще всего позитивных) отношений, а также формирование позитивных моделей поведения различных групп общественности. Эта сфера PR в большинстве случаев представлена социальными или благотворительными проектами и программами, которые реализуются по инициативе государства, бизнес-представителей, общественных организаций.

Частой ошибкой при проектировании коммуникационных программ и кампаний становится то, что различие между социальным проектом и социальным PR-проектом является несколько размытым. Социальный проект – это информационное и финансово-экономическое обоснование осуществления системы мер, направленных на решение той или иной социальной проблемы. Он может включать в себя планирование, строительство социальных объектов, лечение и реабилитацию инвалидов, обучение и т.д. Социальный же PR-проект – это коммуникационная составляющая социального проекта, либо самостоятельный PR-проект, направленный на решение конкретной социальной проблемы [Галимова, <http://>].

В более широком понимании под реализацией PR-проекта понимается деятельность, связанная с информационным сопровождением и имиджевым продвижением различных идей, проектов, программ социального, то есть общественно значимого характера. В данном случае СМИ служат для информирования, привлечения дополнительных ресурсов в проект, формирования имиджа и организации «обратной» связи, то есть содействуют социальному субъекту в реализации цели [Воробьев, <http://>].

В данном случае объектом воздействия PR выступает социальная сфера, область социальных отношений. Это инструмент привлечения внимания к социальным проблемам, проектам, программам, общественным организациям. В экспертном сообществе в качестве синонима социального PR иногда используется термин «зелёный» PR или так называемый социально ответственный PR. Механизм социального PR отличается принципиально от других отраслей связей с общественностью целью, объектом и отчасти специфическим коммуникационным инструментарием.

Цель социального PR – популяризация общечеловеческих ценностей, принципов, знаний, важных для всего человеческого сообщества или его отдельных групп.

Задачами социального PR являются информирование целевой аудитории, эффективное донесение до нее основных сообщений, организация обратной связи и, соответственно, вовлечение аудитории в какую-либо социально значимую деятельность. Схематично этот механизм выглядит следующим образом: для эффективной реализации общественно значимого проекта необходимо сформулировать его стратегический образ (имидж) и линии позиционирования. Каждая линия раскрывается через набор определенных ключевых сообщений (меседжей), которые требуется донести до определенной целевой аудитории посредством эффективных каналов коммуникации и арсенала средств коммуникационного воздействия.

PR в социальной сфере постепенно набирает обороты в нашей стране, в том числе и в деятельности по связям с общественностью в государственном секторе. Социальные PR-проекты Отделения ПФР – один из инструментов реализации единой информационной политики Пенсионного фонда России в Белгородской области. Важно отметить, что специфика PR-деятельности Отделения Пенсионного фонда как государственного учреждения имеет четкую регламентацию, а также перечень возможных проектов, реализуемых посредством размещения информационно-разъяснительных материалов ПФР на коммуникационных ресурсах:

- трансляция рекламных видеороликов в эфире региональных, районных, городских и кабельных телеканалов;
- размещение печатных информационных модулей ПФР в общественно-политических и тематических печатных СМИ, имеющих высокий тираж в регионе;
- размещение баннеров, видеобаннеров, тизеров для интернета на охватных региональных новостных, тематических интернет-ресурсах, в социальных сетях, блогосфере и на сайтах СМИ регионального уровня;
- размещение постеров по основным тематикам ПФР на конструкциях наружной рекламы, включая светодиодные экраны;

– размещение информационно-разъяснительной продукции ПФР в общественных местах массового пребывания граждан, социальных учреждениях, общественном транспорте (брендирование транспорта, ролики на экранах в салоне автобуса, реклама на задней поверхности спинок кресел в салоне, стикеры внутри салона);

– в местах оказания гражданам государственных услуг ПФР – в клиентских службах территориальных органов ПФР, в МФЦ и других учреждениях и организациях.

Важно отметить, что PR-проекты Отделения ПФР носят характер социальной рекламы, то есть осуществляются в общественно-полезных целях, не преследуя коммерческие интересы.

В зависимости от способа оплаты PR-проектов Отделения ПФР по Белгородской области их можно разделить на две группы:

– *Проекты, реализуемые на безвозмездной основе.* Информирование путем распространения печатной справочной продукции, размещение баннеров на различных ресурсах в сети Интернет, рекламы в общественном транспорте областного центра, а также размещение печатных модулей ПФР в региональных изданиях реализуется на основе межведомственного взаимодействия в части информирования населения, а также в рамках достигнутой договоренности с руководством транспортной компании или СМИ.

– *Проекты, реализуемые за счет средств бюджета ПФР.*

Подобный социальный PR-проект Отделения ПФР включает в себя ряд шагов, которые требуется предпринять, чтобы качественно разработать социальный проект, составить его организационный план и подготовить ресурсы для успешной реализации:

1. Формирование и направление для рассмотрения в Департамент общественных связей заявки на финансирование проекта в соответствии с законодательством Российской Федерации о закупках товаров, работ и услуг.

На данном этапе группа по взаимодействию со СМИ совместно с руководством определяет вид проекта, изучает стоимость услуг и количество потенциальных подрядчиков в регионе (населенном пункте), располагающих необходимыми ресурсами для выполнения всех технических требований. Полученная информация отображается в заявке на финансирование, а также на основе анализа стоимости услуг в регионе для реализации проекта запрашивается сумма равная средней стоимости оказания определенных услуг в субъекте Федерации (см. приложение 3).

2. После того как заявка на финансирование рассмотрена и одобрена комиссией, в бюджет Отделения ПФР закладывается сумма на реализацию указанного PR-проекта.

3. В сроки, указанные в заявке, после проведения всех необходимых процедур в соответствии с федеральным законодательством о государственных закупках заключается контракт на оказание соответствующих услуг.

Выбор медиа-ресурсов для размещения информационно-разъяснительных материалов ПФР производится с учетом качества их аудитории по критериям: пол, возраст, охват граждан, принадлежность к целевым аудиториям ПФР, а также по результатам проведения собственных независимых социологических опросов граждан на предмет выявления их предпочтений в получении информации по пенсионным и социальным вопросам, относящимся к компетенции ПФР.

Следует подчеркнуть, что все информационно-разъяснительные материалы ПФР, размещаемые на охватных носителях информации: рекламные видеоролики для телевидения и экранов в местах массового скопления людей, аудио-реклама на радио, модули для печатных изданий, баннеры для интернет-ресурсов, наружная реклама в виде билбордов и сити-форматов, а также полиграфическая продукция разрабатывается централизованно на федеральном уровне. В процессе создания все материалы проходят тестирование на фокус-группах, состоящих из разновозрастных людей с различающимся уровнем

образования, из различных профессиональных сфер. Все материалы оцениваются по следующим критериям эффективности:

- понятность для целевой аудитории ключевого сообщения, содержащегося в материале;
- доступность изложения ключевого сообщения;
- привлекательность визуального, аудио- или видеоряда;
- информативность информационно-разъяснительного материала.

Положительные заключения по итогам оценки фокус-групп выносятся по тем рекламным информационно-разъяснительным материалам, которые набрали больше половины положительных голосов.

Так, в 2017 году Отделением ПФР было реализовано два социальных PR-проекта *за счет средств бюджета ПФР*, направленных на повышение уровня пенсионной и социальной грамотности населения: брендирование городского общественного транспорта и размещение информационно-разъяснительных видеороликов со звуком на светодиодных экранах на улицах города Белгорода.

Цель проектов заключалась в разъяснении актуальных вопросов пенсионного и социального законодательства Российской Федерации и информировании двух крупных целевых аудиторий, таких как граждане и работодатели, о государственных услугах, предоставляемых Пенсионным фондом Российской Федерации.

PR-проект под названием «Проведение в 2017 году информационно-разъяснительной кампании среди населения города Белгорода посредством размещения информационно-разъяснительных материалов ПФР по актуальным темам пенсионного и социального обеспечения на общественном транспорте» (см. приложение 4) состоял в том, что в течение 90 дней по областному центру курсировали два автобуса большой вместимости с нанесенным на борту рекламным изображением, содержащим следующую информацию:

1. Автобус большой вместимости, следующий по маршруту № 38:

1 борт: материнский (семейный) капитал (МСК) направления использования размер, обналичивание МСК – незаконно); 2 борт: государственные услуги ПФР в электронном виде; заднее стекло: мобильное приложение ПФР, Личный кабинет гражданина, телефон горячей линии ОПФР.

2. Автобус большой вместимости, следующий по маршруту № 111:

1 борт: страховая пенсия (основные факторы, влияющие на размер пенсии); 2 борт: белая зарплата; заднее стекло: мобильное приложение ПФР, личный кабинет гражданина, телефон горячей линии ОПФР.

Количественные и качественные результаты проекта, подтвержденные отчетной информацией Исполнителя, а также в ходе совместных выездных проверок, заключаются в следующем:

– количество рейсов за 90 дней автобусов, следовавших по маршруту № 38: 659, по маршруту № 111: 675;

– общая поверхность под брендинг на двух автобусах большой вместимости (обе боковые поверхности с выходом на стекло и задние поверхности каждого автобуса) составила около 62 м²;

– охват целевой аудитории: не менее 700 тысяч человек;

– общее количество пассажиров двух автобусов за период реализации проекта: 151 681.

Такой параметр, как охват целевой аудитории, является основным в реализации данного проекта.

Другой PR-проект «Проведение в 2017 году информационно-разъяснительной кампании среди населения города Белгорода посредством размещения информационно-разъяснительных материалов ПФР по актуальным темам пенсионного и социального обеспечения на уличных светодиодных экранах» (см. Приложение 5) заключался в следующем:

В течение 92-х дней на пяти светодиодных экранах города Белгорода размером 300x400 см² с ротацией транслировались 4 тематических информационно-разъяснительных видеоролика ПФР по актуальным темам

пенсионного и социального обеспечения: белая зарплата – достойная пенсия, личный кабинет гражданина, особенности назначения страховой пенсии, пенсия формируется в баллах. Показ видеороликов на светодиодных уличных экранах осуществлялся со звуком.

Количественные и качественные результаты проекта:

– количество размещенных информационно-разъяснительных материалов (видеороликов): 4 ролика;

– общее количество выходов: 44 120 показов;

– размер светодиодного экрана: 300х400 см²;

– продолжительность одного ролика: 15 секунд.

Для реализации данного проекта группой по взаимодействию со СМИ совместно с Исполнителем контракта оценивалась проходимость тех улиц, на которых размещены светодиодные экраны. Выбор сроков проекта – май-август – обусловлен тем, что в это время на улице тепло, люди медленнее передвигаются по улице в комфортной температуре и, соответственно, у них достаточно времени для того, чтобы обратить внимание на ролик на экране и понять тему сообщения.

PR-проекты Отделения ПФР по Белгородской области заключаются в том, чтобы посредством аудиовизуальных форм донести до целевой аудитории информацию, содержащую призыв к личной ответственности за формирование будущей пенсии, а также пробуждающую интерес к социальному законодательству и его влиянию на экономическую сторону жизни человека.

2.3. Формирование пенсионной грамотности у учащейся молодежи: содержание и цели

Современные условия жизни диктуют новому поколению россиян принципиально иной подход к своему будущему пенсионному обеспечению. Сейчас молодые люди с первых дней самостоятельной трудовой жизни начинают формировать будущую пенсию и могут влиять на ее размер. Уже в

молодости необходимо четко понимать, что в системе обязательного пенсионного страхования пенсия не является пособием по старости от государства. Она зависит от продолжительности стажа, размера заработной платы, уплаченных страховых взносов, результатов инвестирования пенсионных накоплений и участия в дополнительных негосударственных пенсионных программах, то есть от личной активности самого гражданина.

Для того чтобы ребята со школьной скамьи усвоили эти истины и понимали, как формируется будущая пенсия, вот уже шесть лет в России действует программа по повышению пенсионной и социальной грамотности учащейся молодежи, которая является одним из важных инструментов информационно-разъяснительной работы Отделения ПФР по Белгородской области

Целевой аудиторией программы являются учащиеся выпускных классов средних школ (9-11 классы) и студенты ссузов. Важно отметить, что информирование молодого поколения имеет принципиальное отличие от той информационно-разъяснительной работы, которая проводится с работающим населением и пенсионерами, которое кроется в целях информационно-разъяснительной работы.

Цели информационно-образовательной программы:

- формирование у учащейся молодежи пенсионной культуры, повышение пенсионной и социальной грамотности через донесение базовых знаний о правилах формирования будущей пенсии;
- формирование у учащейся молодежи понимания порядка формирования пенсионных прав и расчета пенсии;
- формирование понимания личной ответственности каждого за свое будущее пенсионное обеспечение.

Анализируя цели образовательной программы, следует отметить, что все они направлены на достижение ключевого результата, такого как формирование ответственности за собственное будущее в пенсионном возрасте.

Из вышеобозначенных целей следуют задачи информационно-разъяснительной программы:

- информирование учащихся о порядке формирования пенсионных прав и расчета пенсии;
- информирование о возможности получения государственных услуг ПФР в электронном виде;
- информирование о роли белой зарплаты при формировании пенсии;
- информирование учащейся молодежи об их будущих пенсионных правах, правах на социальные выплаты и пособия;
- предоставление базовых знаний в области пенсионного законодательства, формирование адекватного представления о месте и функциях системы пенсионного и социального обеспечения страны;
- информирование учащихся о значении и необходимости регистрации в системе обязательного пенсионного страхования с целью получения страхового номера индивидуального лицевого счета (СНИЛС).

Коммуникационная стратегия информационно-разъяснительной программы по повышению пенсионной и социальной грамотности молодежи спроектирована исходя из следующих требований:

- максимально заинтересовать и охватить учеников старших классов и учащихся ссузов;
- презентовать интерактивный обучающий онлайн-курс для школьников и студентов;
- силами сотрудников ПФР по единому плану провести уроки и занятия по пенсионной тематике в учебных заведениях Белгородской области;
- подготовить и обучить учителей и педагогов;
- передать в пользование учащимся, а также в школьные библиотеки информационно-образовательный буклет для старшеклассников и учащихся средних специальных учебных заведений по пенсионной тематике «Все о будущей пенсии для учебы и жизни»;

– привлечь к освещению проводимой программы средства массовой информации.

Для решения вышеуказанных задач между Отделением ПФР по Белгородской области и Департаментом образования было заключено Соглашение о совместной работе по повышению уровня пенсионной грамотности учащихся и молодежи (см. приложение 6). В соответствии с положениями данного документа в школах региона в учебную программу включен элективный курс «Пенсионный всеобуч». Важно отметить тот факт, что на уровне межведомственного взаимодействия подобная работа ведется только в Белгородской области.

Календарный план информационно-образовательной программы предполагает единые сроки проведения мероприятий во всех регионах Российской Федерации. Стартом ежегодной кампании по повышению пенсионной грамотности в сентябре каждого нового учебного года становится проведение всероссийской акции под названием «Единый день пенсионной грамотности». В этот день в учебных заведениях Белгородской области проходят занятия с участием руководителей и специалистов Отделения и Управлений ПФР с презентацией информационно-образовательного буклета для учащихся по пенсионной тематике «Все о будущей пенсии для учебы и жизни» (см. приложение 7) и интерактивного обучающего онлайн-курса для школьников и студентов. Одновременно в территориальных Управлениях ПФР проходят дни открытых дверей, экскурсии для школьников и студентов, в ходе которых учащиеся ознакомятся с организацией работы Пенсионного фонда.

Специально для реализации обучающей программы Пенсионный фонд разрабатывает и издает учебное пособие по основам пенсионной грамотности, ежегодно обновляя его с учетом последних изменений в пенсионном законодательстве. Важным нововведением прошлого года стала презентация нового сайта ПФР для школьников (school.pfrf.ru) (см. приложение 8). Этот ресурс в легкой интерактивной форме позволяет узнать все самое важное, что

понадобится молодым людям в будущем для того, чтобы не сделать ошибок при формировании своих пенсионных прав. На сайте можно внимательно изучить пенсионную формулу, пройти тест на знание пенсионной системы и даже просчитать предположительный размер будущей пенсии в пенсионном калькуляторе или симуляторе «Жизнь и пенсия».

Преимущества такого формата информационно-разъяснительной работы с данной аудиторией в том, что он привычен для обучающихся и подразумевает диалог молодежи с представителями ПФР для получения ответов на имеющиеся вопросы. Подобный интерактивный формат также интересен для представителей СМИ. В ходе реализации программы предусмотрено широкое освещение всех этапов средствами массовой информации, посредством подготовки анонсов для СМИ, выпуска пресс-релизов о проводимых мероприятиях, итогового пресс-релиза, приглашения журналистов на Дни открытых дверей ПФР и уроки в учебных заведениях.

Для реализации программы Управления ПФР разрабатывают типовой план проведения уроков и факультативных занятий в учебных заведениях района, определяют и подготавливают лекторов из числа сотрудников территориальных органов. В свою очередь группой по взаимодействию со СМИ подготавливаются необходимые лекционные материалы на основе информационно-образовательного буклета «Все о будущей пенсии для учебы и жизни» (в последней редакции), презентационные материалы учебного курса и интерактивного обучающего онлайн-курса для школьников и студентов.

В течение 2017 года в рамках пенсионного всеобуча сотрудники регионального Отделения и районных Управлений ПФР, рассказывая об основах пенсионного законодательства, провели более 1,4 тысячи тематических уроков в 324 населенных пунктах области, охватив 25 ссузов и более 500 школ. В рамках программы по повышению пенсионной грамотности более 32 тысяч учащихся школ и студентов узнали о принципах формирования будущей пенсии и способах ее увеличения, о том, как выбрать вариант пенсионного

обеспечения и как управлять пенсионными накоплениями, как следить за процессом формирования пенсионных прав в мобильном приложении ПФР и как пользоваться электронными сервисами ПФР. Управлениями ПФР в Белгородской области было также проведено 73 экскурсии, в ходе которых более 2000 школьников и студентов познакомились с особенностями работы пенсионной службы (см. приложение 9).

Еще одной особенностью реализации информационно-образовательной программы для молодежи в Белгородской области является ежегодное проведение олимпиад по пенсионному всеобучу при поддержке Департамента образования. Олимпиада проходит на муниципальном и региональном уровнях. Подготовку олимпиадных заданий обеспечивает группа по взаимодействию со СМИ. Задание состоит из трех основных блоков: тестирования, задач на пенсионную тематику и творческой части (разработать слоган и логотип пенсионного всеобуча, нарисовать пенсионного помощника – консультанта по сайту ПФР и прочее). По итогам проверки заданий выявляются победители и призеры, которые чествуются в ходе ежегодной церемонии награждения победителей предметных олимпиад.

Проведение олимпиады с точки зрения стимулирования учебной активности обучающихся играет мотивационную роль, так как школьникам, занявшим три первых места, вручается денежный приз. Если же рассматривать олимпиаду с точки зрения информационно-разъяснительного мероприятия, то можно расценивать ее как своеобразную контрольную точку в образовательной кампании по повышению пенсионной грамотности молодежи. Этот этап информационно-образовательной программы позволяет оценить приобретенные школьниками знания в сфере пенсионного и социального законодательства.

Таким образом, у молодого поколения, начиная со школьной скамьи, формируются базовые знания о пенсионном законодательстве, о том, какие ключевые факторы влияют на размер будущей пенсии и как на него повлиять, а

также закладывается осознание личной ответственности за уровень благосостояния в старости.

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ II

Подводя итоги, считаем важным отметить, что проведение информационно-разъяснительной работы с населением региона обо всех изменениях в пенсионном и социальном законодательстве является неотъемлемой частью деятельности Отделения ПФР по Белгородской области.

Данное направление работы осуществляется структурным подразделением, группой по взаимодействию со СМИ, деятельность которой ведется в соответствии с регламентирующим информационную политику Пенсионного фонда Положением об управлении единой информационной политикой и проведении информационно-разъяснительной работы №529р от 11 октября 2016 года.

Для того чтобы оценить многоплановость информационно-разъяснительной работы, нами была обозначена целевая аудитория информационно-разъяснительной работы Отделения ПФР по Белгородской области, которая проводится с учетом предпочтений в информации разного формата по каналам коммуникации для **различных социальных категорий граждан – целевых аудиторий**. В зависимости от потребностей различных целевых аудиторий, ПФР создает информационно-разъяснительные материалы в различных форматах в доступной, понятной и привлекательной форме, общими чертами которых являются объективность, достоверность и актуальность информации.

Анализ целевых аудиторий и направлений информационно-разъяснительной работы позволил нам выявить **инструменты реализации информационной политики:**

1. *Размещение информационно-разъяснительных материалов по актуальным темам пенсионного и социального обеспечения в СМИ.*

2. *Проведение встреч, собраний, консультаций в ходе участия в межрегиональных выставках и круглых столов с гражданами.*
3. *Распространение печатной справочной продукции.*
4. *Реализация PR-проектов.*
5. *Программа по пенсионной и социальной грамотности учащейся молодежи.*
6. *Информирование в социальных сетях.*

Вышеперечисленные инструменты информационно-разъяснительной работы используются для освещения различных тем деятельности Отделения ПФР.

Контент-анализ информационно-разъяснительных материалов позволил нам классифицировать все материалы в зависимости от характера информационного повода:

- *материалы о ежегодных календарных мероприятиях;*
- *событийные;*
- *освещающие нововведения в пенсионном и социальном законодательстве и деятельности ПФР;*
- *о текущей деятельности, которые носят характер своеобразного напоминания, повторения «пройденного материала».*

Особого внимания в ходе данной работы, по нашему мнению, заслуживает реализация социальных PR-проектов в рамках информационно-разъяснительной работы. В данном случае задачами социального PR являются информирование целевой аудитории, эффективное донесение до нее основных сообщений, организация обратной связи и, соответственно, вовлечение аудитории в какую-либо социально значимую деятельность. Социальные PR-проекты Отделения ПФР – один из инструментов реализации единой информационной политики Пенсионного фонда России в Белгородской области. Важно отметить, что специфика PR-деятельности Отделения Пенсионного фонда, как государственного учреждения имеет четкую

регламентацию, которая подразумевает перечень возможных для реализации проектов по размещению информационно-разъяснительных материалов ПФР на охватных коммуникационных ресурсах.

В зависимости от способа оплаты PR-проектов Отделения ПФР по Белгородской области их можно разделить на две группы:

- *проекты, реализуемые на безвозмездной основе.*
- *проекты, реализуемые за счет средств бюджета ПФР.*

Так, в 2017 году Отделением ПФР было реализовано два социальных PR-проекта за счет средств бюджета ПФР, направленных на повышение уровня пенсионной и социальной грамотности населения: брендинг городского общественного транспорта и размещение информационно-разъяснительных видеороликов со звуком на светодиодных экранах на улицах города Белгорода.

Цель проектов заключалась в разъяснении актуальных вопросов пенсионного и социального законодательства Российской Федерации и информировании двух крупных целевых аудиторий, таких как граждане и работодатели, о государственных услугах, предоставляемых Пенсионным фондом Российской Федерации, и как итог – пробуждение у населения интереса к изучению социального законодательства и его влияния на материальное положение человека в будущем.

В диссертации мы также считаем необходимым акцентировать внимание на таком инструменте информационно-разъяснительной работы как реализация программы по повышению пенсионной и социальной грамотности учащейся молодежи. Целевой аудиторией программы являются учащиеся выпускных классов средних школ (9-11 классы) и студенты ссузов. Коммуникационная стратегия информационно-разъяснительной программы по повышению пенсионной и социальной грамотности молодежи спроектирована и содержит следующие требования:

- максимально заинтересовать и охватить учеников старших классов и учащихся ссузов;

- презентовать интерактивный обучающий онлайн-курс для школьников и студентов;
- силами сотрудников ПФР по единому плану провести уроки и занятия по пенсионной тематике в учебных заведениях Белгородской области;
- подготовить и обучить учителей и педагогов;
- передать в пользование учащимся, а также в школьные библиотеки информационно-образовательный буклет для старшеклассников и учащихся средних специальных учебных заведений по пенсионной тематике «Все о будущей пенсии для учебы и жизни»;
- привлечь к освещению проводимой программы средства массовой информации.

Реализация информационно-разъяснительной работы с молодежью подразумевает проведение тематических уроков, экскурсий в Управления ПФР, изучение теории по специально издаваемому ПФР учебному пособию «Все о будущей пенсии для учебы и жизни», знакомство с интерактивным обучающим онлайн-курсом для школьников и студентов, а также проведение региональной олимпиады на знание пенсионного законодательства совместно с Департаментом образования области.

Подобный формат информационно-разъяснительной работы привычен для обучающихся и подразумевает диалог молодежи с представителями ПФР для получения ответов на имеющиеся вопросы. Подобный интерактивный формат также интересен для представителей СМИ, которые освещают данную деятельность.

Проводимая с молодежью работа позволяет не только сформировать знания о действующем законодательстве, но заложить осознание молодому поколению личной ответственности за уровень благосостояния в старости.

ГЛАВА 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-РАЗЪЯСНИТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОТДЕЛЕНИЯ ПЕНСИОННОГО ФОНДА ПО БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

3.1. Оценка эффективности реализуемых мероприятий в рамках информационно-разъяснительной работы Отделения Пенсионного фонда Российской Федерации по Белгородской области (методы, сравнительный аспект)

Государственные структуры обладают большими возможностями влияния на граждан, в том числе и с помощью PR. В некоторых случаях равноправный диалог между властью и обществом сменяется монологом со стороны государства с целью продвижения нужных установок и моделей поведения. Соответствующим образом меняется технология взаимодействия гражданина и власти с помощью PR, возникает понятие «эффективности PR».

Известный философ и политолог Э. Аллен считал, что «самой эффективной является такая власть, которая получает одобрение свободного человека, точнее, свободное одобрение свободного человека. Способствование свободному одобрению гражданами действий и политики структур власти, поддержка властей конкретными действиями граждан и является главной целью использования политических технологий в практике органов государственной власти». Данный критерий эффективности применим и к работе PR-служб в демократическом обществе [Семенов, 2013 : 51].

Особенности работы служб по связям с общественностью в органах государственной власти и управления определяются не только разнообразием методов коммуникации с обществом. Решающее отличие задается сущностью проводимой властью политики: если она осуществляется в интересах большинства граждан, то и сам механизм гармонизации интересов действует эффективно. В этом случае связи с общественностью становятся важнейшим компонентом управления вообще и административного управления в частности [Лукиева, <http://>].

Следует особо подчеркнуть, что в сфере «public relations» тактическая эффективность измеряется по промежуточным итогам (число PR-акций, количество вовлеченных в людей, объем теле- радио эфира, опубликованных в прессе материалов, мониторинг выступлений в средствах массовой информации и т. д.). Что же касается получения стратегических результатов, то есть совпадения или несовпадения целей PR-деятельности и полученного эффекта, необходимых «подвижек» в корпоративном или общественном мнении, то измерение этого эффекта осуществляется не только путем подсчета эмпирически наблюдаемых фактов и явлений, но и с помощью специальных исследовательских процедур, позволяющих выявить объективные итоги PR-деятельности.

Показателями эффективности и качества информационно-разъяснительной работы Отделения ПФР по Белгородской области являются:

- предоставление гражданам объективной достоверной актуальной информации в доступной, понятной и привлекательной форме посредством создания в различных форматах качественных информационно-разъяснительных материалов для граждан различных целевых аудиторий;

- плановость и непрерывность проведения Отделением и его территориальными органами в городах и районах области мероприятий по информационно-разъяснительной работе для граждан и страхователей в течение календарного года с учетом предпочтения и уровня доверия к каналам коммуникации целевых аудиторий;

- реализация многообразия форм информационно-разъяснительной работы посредством размещения материалов ПФР для граждан различных целевых аудиторий и страхователей в эфире телеканалов, сетевых радиостанций, в высокотиражных общественно-политических печатных СМИ, на охватных интернет-ресурсах и в социальных медиа сети Интернет, на конструкциях наружной рекламы и на транспорте;

- регулярность взаимодействия со СМИ посредством предоставления СМИ информационно-разъяснительных материалов ПФР, комментариев, интервью, пресс-релизов, ответов на запросы СМИ;

- обеспечение территориальных органов Отделения ПФР в городах и районах области полиграфической продукцией (буклетами, брошюрами, плакатами) по темам информирования граждан и страхователей, государственным услугам и способам их получения.

Сбор и систематизация всей необходимой для оценки деятельности группы по взаимодействию со СМИ информации осуществляется непосредственно группой на уровне области. Эти показатели систематизируются поквартально, для чего оформляется соответствующая отчетная документация.

Оценка эффективности деятельности группы по взаимодействию со СМИ Отделения ПФР по Белгородской области базируется на измерениях количественных и качественных показателей её работы.

Пресс-рейтинг, то есть первичный количественный критерий, который формируется на основе анализа общего массива публикаций в регионе, позволяет оценивать медиа-активность деятельности подразделения по связям с общественностью по количеству вышедших в различных СМИ публикаций тему пенсионного и социального законодательства. Полученные данные систематизируются в форме отчета ДОС-1 (см. приложение 10), в котором учитывается количество материалов, вышедших в СМИ, по различным параметрам:

- уровень СМИ, в котором вышел материал: районное или региональное СМИ;

- тональность вышедших материалов (позитивные, нейтральные, негативные);

- канал распространения: телевидение, радио, печатные СМИ, интернет-СМИ, социальные сети;

– жанр публикации: для печатных и интернет-СМИ: статья, интервью или заметка, для телевидения и радио: программа или информационный сюжет. Для социальных сетей: публикация или консультация.

– тематика информационных сообщений в СМИ (пенсионное обеспечение граждан, совершенствование пенсионного законодательства, госуслуги, предоставляемые ПФР (в т.ч. в электронном виде), деятельность территориального органа, соцвыплаты: материнский капитал, соцвыплаты: ЕДВ, ДЕМО, НСУ, коррупционные проявления в системе ПФР, иное);

– материалы, вышедшие на основе пресс-релизов.

Данная форма отчетности также отражает количество выпущенных пресс-релизов и пресс-мероприятий, проведенных за отчетный период.

Подобная градация публикаций по вышеуказанным параметрам ложится в основу подсчета *агрегированного показателя медиа-активности (АПМ)* Отделения ПФР, который влияет на рейтинг деятельности регионального ПФР на федеральном уровне.

Цель АПМ – оценка эффективности деятельности территориальных органов ПФР по организации целенаправленной информационно-разъяснительной работы, по наполнению регионального информационного пространства качественной и своевременной информацией и обеспечению позитивного восприятия деятельности и имиджа Отделений ПФР среди клиентов и целевых аудиторий ПФР.

Агрегированный показатель медиа-активности подсчитывается по формуле, в которой соотносится количество материалов вышедших в различных СМИ с количеством средств массовой информации в регионе, которое отражено в постоянно актуализируемой сотрудниками группы по взаимодействию со СМИ *медиа-карте Белгородской области*.

В соответствии с методикой расчета АПМ каждая публикация имеет свой «вес», выраженный в числовых показателях. «Вес» материала зависит от его жанра, вида СМИ, в котором вышел материал, а также от уровня СМИ:

районное или региональное. Например, программа с участием специалиста ПФР на региональном телевидении «весит» больше, чем программа на региональном радио. В свою очередь программа на региональном радио «весит» больше, чем на радио районного уровня.

Агрегированный показатель медиа-активности позволяет оценивать эффективность информационно-разъяснительной работы в части налаженности взаимодействия со средствами массовой информации и оценивать активность информационно-разъяснительной работы регионального Отделения ПФР в целом. Так, по итогам 2016 года Отделение ПФР по Белгородской области занимало шестнадцатое место из восьмидесяти четырех регионов по медиа-активности. В рамках информационно-разъяснительной работы в течение 2016 года вышло 16 816 информационных сообщений, из них 2110 сюжетов и тематических программ на телевидении, 6673 радиосообщения, 1887 информационных сообщений в печатных СМИ и 6146 публикаций в сети Интернет. Отделением и Управлениями ПФР выпущено 1539 пресс-релизов, по материалам которых в СМИ вышло 7410 сообщений. С участием СМИ проведено 106 пресс- и PR-мероприятий.

Для оперативного получения информации, позволяющей изучить общественное мнение о законодательных новшествах, отношении граждан к современной пенсионной системе, оценить степень осведомленности населения об отдельных направлениях деятельности пенсионной службы, используются такие инструменты, как опросы подписчиков и голосования в официальных аккаунтах ведомства и на сайтах интернет-СМИ.

Изучить эффективность информационно-разъяснительной работы в многоплановой социальной сфере деятельности достаточно трудно. Это связано с тем, что данная работа весьма продолжительна и ее результативность нельзя измерить ростом объемов продаж как, например, в коммерции. Оценка деятельности в этом случае выражается в уровне понимания гражданами основ пенсионного законодательства. Именно для того, чтобы изучить данный

качественный показатель информационно-разъяснительной работы, Отделением ПФР по Белгородской области проводятся социологические опросы.

Социологическое сопровождение информационно-разъяснительной работы Пенсионного фонда позволяет оценить и проанализировать уровень заинтересованности граждан различными сферами деятельности ПФР, выявить степень осведомленности населения правилами формирования пенсии, а также определить, какие источники информирования наиболее эффективны с точки зрения привлечения внимания аудитории.

Ежегодно Отделением ПФР по Белгородской области проводится два социологических опроса, направленных на повышение качества информационно-разъяснительной работы и информированности населения по вопросам пенсионного и социального законодательства. В зависимости от величины субъекта Российской Федерации определяется количество опрашиваемых человек: для Белгородской области, которая в соответствии с Постановлением Правления ПФР № 145п относится к первой категории (свыше 600 тысяч застрахованных лиц), количество участников социологического опроса должно превышать 200 человек. Проведение устного соцопроса обеспечивается специалистами клиентских служб Управлений ПФР в городах и районах области. Результаты соцопроса сводятся на уровне региона и подлежат направлению в Департамент общественных связей и взаимодействия со СМИ, который, в свою очередь, на основании региональных показателей оценивает степень информированности россиян, а также отслеживает динамику популярности различных источников информирования населения.

Так, в ноябре 2016 года (см. приложение 11) и июле 2017 (см. приложение 12) года группой по взаимодействию со СМИ Отделения ПФР по Белгородской области были проведены соцопросы, направленные на выявление уровня информированности граждан.

При проведении соцопроса среди опрашиваемых доля сельского населения составила 25% (+/-5%), доля городского населения – 75% (+/-5%). Требования к возрасту респондентов выглядели следующим образом: 20-30 лет – 30%, 31-42 года – 30%, 43-55 – лет 30% с допустимой погрешностью +/-5%. Мужчины – 45% (+/-5%), женщины – 55 % (+/-5%). Количество опрошенных в 2016 году составило 332 человека, в 2017 году – 241.

Вопросы, содержащиеся в анкете для опроса, по характеру выясняемой информации делились на три блока: данные респондента, оценка уровня знаний гражданина о Пенсионном фонде России и его деятельности и оценка каналов и способов информирования населения.

На основе сравнительного анализа результатов социологического исследования в 2016 и 2017 годах возможно не только проследить динамику уровня пенсионной и социальной грамотности населения, но и выработать рекомендации и наметить направления совершенствования информационно-разъяснительной работы Отделения ПФР по Белгородской области.

3.2. Направления совершенствования информационно-разъяснительной работы Отделения Пенсионного фонда Российской Федерации по Белгородской области

Для того чтобы проанализировать уровень пенсионной и социальной грамотности населения, а, следовательно, и результативность информационно-разъяснительной работы, нами был проведен сравнительный анализ ответов на вопросы анкеты из блоков по пенсионному законодательству социологического опроса 2016 и 2017 годов.



Рис. 3.1. Распределение ответов респондентов на вопрос «Знаете ли Вы, что Ваша будущая пенсия формируется в пенсионных баллах?»

Рисунок 3.1 позволяет сделать выводы, что в результате информационно-разъяснительной кампании, направленной на разъяснение пенсионной реформы, проведенной в 2015 году, после которой формирование пенсии производится в баллах, большинство граждан подробно или частично знакомы с новым законодательством.

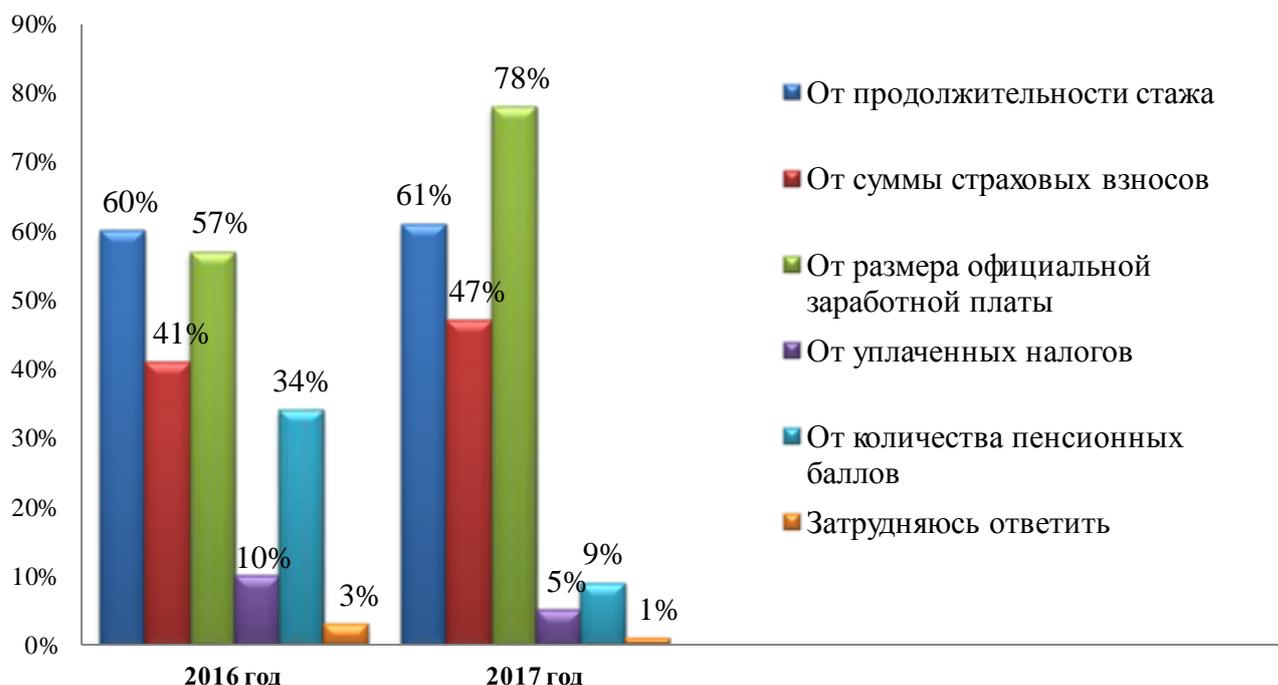


Рис. 3.2. Распределение ответов респондентов на вопрос «От чего, по Вашему мнению, зависит размер будущей пенсии?»

Результаты, представленные на рисунке 3.2., позволяют нам заключить, что уровень знания правил формирования будущей пенсии имеет положительную динамику. Так, из диаграммы следует, что в 2017 году по сравнению с 2016 годом, не только увеличилось количество правильных ответов, но и наблюдается уменьшение количества неверных ответов: вариант «от уплаченных налогов» в 2017 году выбрало на 5% меньше респондентов.

Уровень осведомленности граждан об основных правилах формирования пенсии можно считать достаточно высоким, однако, следует отметить тот факт, что в опросе принимали участие работающие и учащиеся граждане не пенсионного возраста, которые находятся сейчас в процессе формирования

будущей пенсии. Именно для этой категории граждан важно ориентироваться в пенсионном законодательстве, так как они имеют все возможности повлиять на размер будущей пенсии. Поэтому мы считаем необходимым усиление информационно-разъяснительной работы непосредственно с данной целевой аудиторией в части разъяснения правил формирования пенсии.

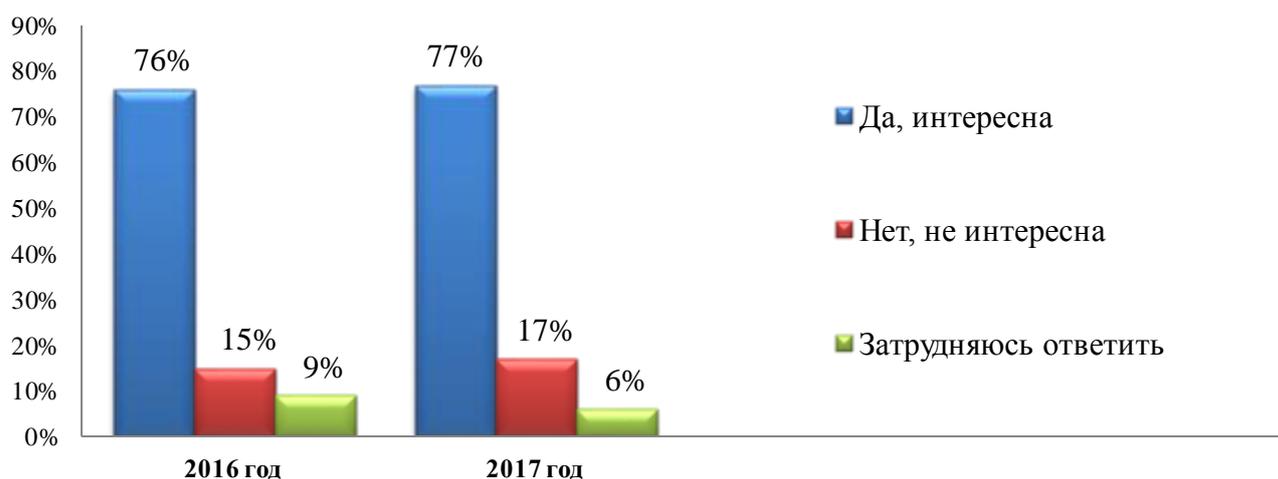


Рис. 3.3. Распределение ответов респондентов на вопрос «Вам интересна информация о правилах формирования пенсии?».

Данная диаграмма позволяет нам оценить уровень заинтересованности граждан правилами формирования пенсии: наблюдается положительная динамика и высокий уровень интереса к пенсионному законодательству. Однако стоит отметить, что количество граждан, которым тема формирования пенсии не интересна, так же растет.

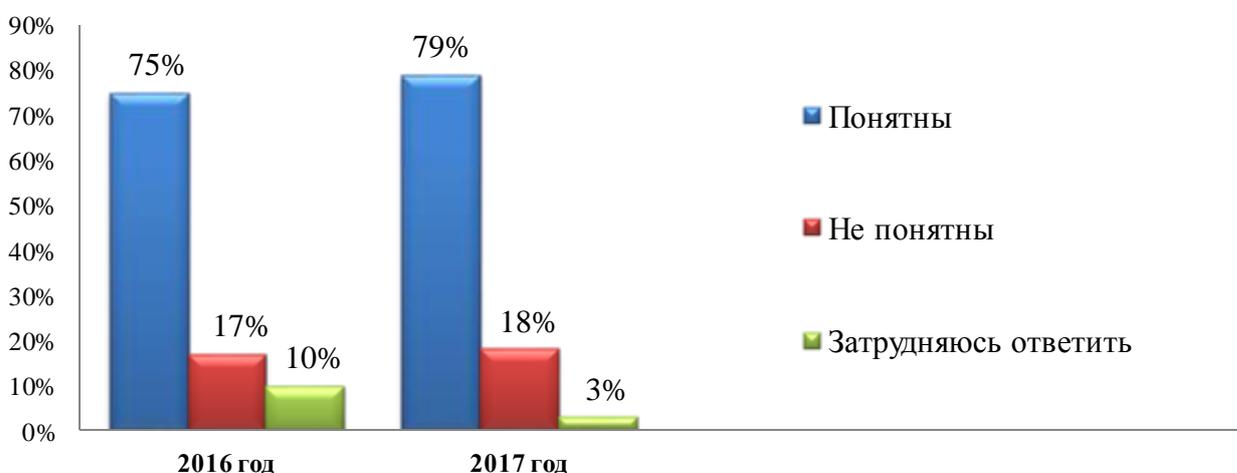


Рис. 3.4. Распределение ответов респондентов на вопрос «Считаете ли Вы информационно-разъяснительные материалы ПФР, которые Вы видели, понятными и изложенными доступным языком?».

Важную роль в успешности проведения информационно-разъяснительной работы играет оценка понятности и доступности материалов Пенсионного фонда. Результаты, представленные на рисунке 3.3. позволяют сделать вывод, что информационно-разъяснительные материалы ПФР излагаются доступным языком. Стоит отметить, что сложность языка и большое количество нюансов пенсионного и социального законодательства осложняют процесс донесения информации до населения, поэтому в справочной продукции ПФР, а также в сюжетах и программах на телевидении, нередко используется инфографика и табличные формы изложения.

Оценка каналов информирования и их эффективность играют важную роль в процессе разработки разъяснительных кампаний.



Рис. 3.5. Распределение ответов респондентов на вопрос «Какой канал получения информации о деятельности Пенсионного фонда России является для Вас предпочтительным?»

Обращаясь к данным рисунка 3.5. можно отметить, что телевидение является одним из наиболее популярных каналов информирования, уступая лишь печатным СМИ. При этом в течение 2016 года в областных и региональных СМИ вышло 2110 сюжетов и тематических программ на

телевидении и 1887 информационных сообщений в печатных СМИ на пенсионную и социальную тематику.

Менее популярными среди респондентов были признаны радио и Интернет-СМИ (8% и 35% соответственно). Но Отделением ПФР для информирования населения эти каналы использовались в 2016 году наиболее активно: 6673 радиосообщений и 6146 публикаций в сети Интернет.

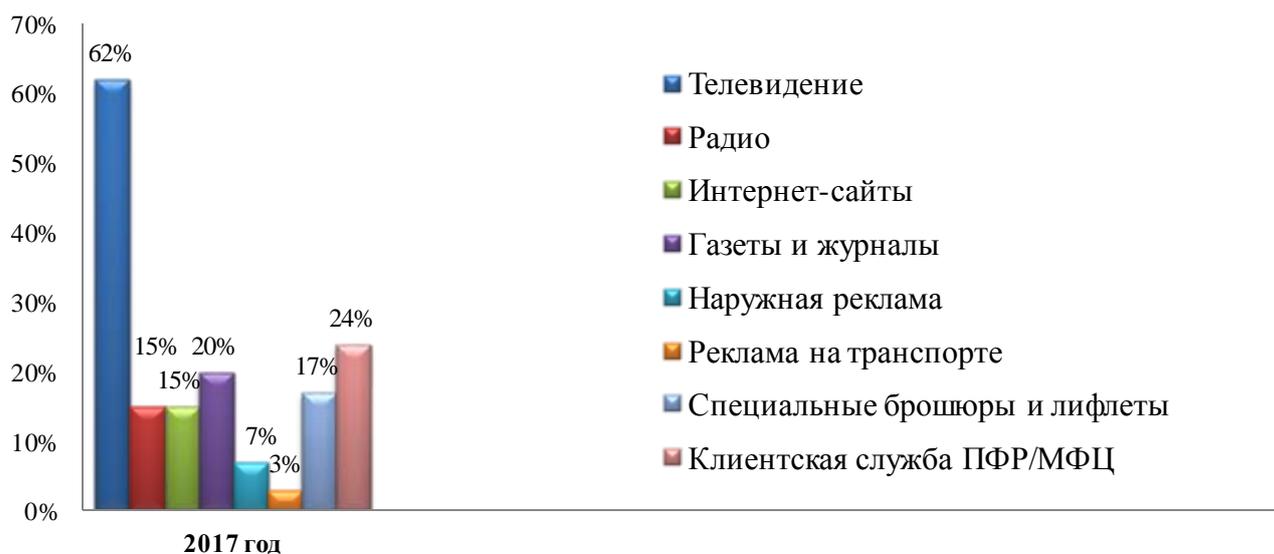


Рис. 3.6. Распределение ответов респондентов на вопрос «Какой канал получения информации о деятельности Пенсионного фонда России является для Вас предпочтительным?»

По исследованиям российской компании Mediascope, основным направлением деятельности которой является проведение медиа-измерений и мониторингов СМИ, в 2017 году 70% жителей России включают телевизор хотя бы один раз в день. Сравнительный анализ данных рисунков 3.5. и 3.6. позволяет сделать вывод, что в 2017 году телевидение стало еще более востребованным каналом информирования, однако количество граждан, предпочитающих газеты и журналы, в сравнении с 2016 годом существенно снизилось: с 56% до 20%. Положительная динамика наблюдается также в увеличившемся числе опрошенных, отнесших радио к предпочтительным каналам информирования.

Стоит отметить, что прочие источники информирования граждан о пенсионном и социальном законодательстве также в различной степени утратили свою популярность среди опрошенных.

Анализ востребованности различных каналов информирования позволяет сделать вывод, что при проведении информационно-разъяснительной работы Отделению ПФР необходимо усилить взаимодействие с региональными телерадиокомпаниями, так как они по результатам опросов в 2016 и 2017 годах признаны наиболее предпочтительными каналами информирования. Однако информирование посредством радио и печатных СМИ и Интернет-СМИ следует оставить на прежнем уровне, так как данные каналы информирования популярны среди отдельных целевых аудиторий Пенсионного фонда.

По данным исследований Mediascope наиболее часто к печатным СМИ обращаются женщины старше 55 лет. По данным исследовательского концерна GfK за 2017 год доля пользователей интернета среди людей в возрасте от 55 лет и старше увеличилась на четверть. При этом уровень проникновения интернета здесь, по информации специалистов, «остается невысоким». «Лишь каждый третий (36%) россиянин старше 55 лет пользуется Сетью», для сравнения, среди людей 30–54 лет к началу 2018 года этот показатель составил 83%, а среди молодежи — 98% [Интернет-аудитория в России, <http://>].

В структуре общей аудитории радио в возрастных группах наибольшую долю составили представители группы 30-39 лет (21,2%) [Радио: основные показатели аудитории.., <http://>].

На основе результатов исследований аудиторий различных каналов информирования мы пришли к выводу, что для наибольшего охвата граждан в рамках проведения информационно-разъяснительной работы при выборе тематик материалов, необходимо учитывать социально-демографические характеристики аудиторий определенных средств массовой информации.

Всесторонний анализ информационно-разъяснительной деятельности Отделения ПФР по Белгородской области позволяет отметить как

положительные стороны, так и определенные проблемные моменты, характеризующие недостаточный уровень использования имеющегося потенциала PR-деятельности. Взаимодействие со средствами массовой информации, а именно: ведение медиа-карты, индивидуальная работа с представителями СМИ, мониторинг выходящих материалов, их систематизация, анализ, доведение актуальной информации до населения, проведение пресс-конференций, подготовка пресс-релизов, создание телевизионных и радиопрограмм по актуальным темам пенсионного и социального обеспечения, наличие в областных и районных изданиях публикаций на основе пресс-релизов ОПФР и ряд других направлений информационно-разъяснительной работы имеют стабильный характер и отражают достаточно высокий уровень реализации текущих задач. В то же время, для улучшения деятельности необходимо принять во внимание ряд замечаний и рекомендаций, которые были сформулированы на основе метода включенного наблюдения.

Одним из направлений совершенствования информационно-разъяснительной деятельности Отделения ПФР можно считать выстраивание более результативного сотрудничества со СМИ. Для решения этой задачи следует проводить анализ эффективности выпускаемых радио и телепередач, газетных полос, выяснять рейтинг СМИ. Необходимо отслеживать, какая информация о деятельности Пенсионного фонда вызывает особый интерес населения и проводить соответствующие обновления тематики информационных сообщений, разрабатывать новые рубрики, передачи на радио, ТВ, актуальные и востребованные для населения.

Одним из приоритетных направлений совершенствования информационно-разъяснительной работы является поддержание благоприятной информационной среды. Реализацию этой задачи можно конкретизировать в следующих целевых параметрах, которые необходимо учитывать при

организации информационно-разъяснительной работы Отделения ПФР по Белгородской области:

- усиление информирования населения об основах пенсионного и социального законодательства, а также о ключевых направлениях деятельности Пенсионного фонда, законодательных изменениях и федеральных социальных проектах;

- обеспечение руководства Отделения ПФР необходимой аналитической информацией о состоянии общественного мнения в отношении определенных направлений деятельности для выработки дальнейшей стратегии информационно-разъяснительной работы;

- выстраивание оперативных контактов со СМИ, в том числе в кризисных ситуациях, при этом минимизация документального сопровождения взаимодействия;

- выход на новые сферы деятельности и контакты, формулировка новых идей и проектов, открывающих новые перспективы деятельности фирмы;

- развитие информационного взаимодействия с социальными партнерами и органами власти, способствующее наибольшему распространению информационно-разъяснительных материалов ПФР;

- налаживание более оперативного информационного обмена между структурными подразделениями ПФР.

Основываясь на анализе различных сфер, инструментов, особенностей реализации, количественных и качественных показателей информационно-разъяснительной работы, мы считаем, что вышеперечисленные рекомендации по усовершенствованию данного направления деятельности Отделения ПФР позволят сделать его более эффективным.

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ III

Проведенное нами всестороннее исследование позволяет сделать вывод, что эффективность информационно-разъяснительной работы измеряется на

основе общего объема реализованных мероприятий: количества PR-акций, вовлеченных в них людей, выпущенных телевизионных и радио материалов на пенсионную тематику, опубликованных в прессе материалов и так далее. Но для более глубокого анализа эффективности необходим не только подсчет публикаций, но проведение специальных исследовательских процедур, позволяющих выявить объективные итоги PR-деятельности.

Показателями эффективности и качества информационно-разъяснительной работы Отделения ПФР по Белгородской области являются предоставление гражданам объективной достоверной актуальной информации в доступной, понятной и привлекательной форме, непрерывность проведения информационно-разъяснительной работы и многообразие ее форм, регулярность взаимодействия со СМИ, обеспечение территориальных органов Отделения ПФР в городах и районах области полиграфической продукцией по темам информирования граждан и страхователей, государственным услугам и способам их получения.

Сбор и систематизация информации, на основе которой осуществляется оценка эффективности информационно-разъяснительной работы производится поквартально в форме отчетной документации. Эффективности деятельности базируется на измерениях количественных и качественных показателей информационно-разъяснительной работы.

Пресс-рейтинг (первичный количественный критерий), формируемый по итогам анализа массива публикаций в регионе, позволяет оценивать медиа-активность. Полученные данные систематизируются в форме отчета ДОС-1, который аккумулирует в себе информацию о публикациях на пенсионную и социальную тематику с учетом территориальной принадлежности СМИ (региональное или районное), тональности материалов, канала распространения, жанра публикации, тематики информационных сообщений, а также информацию о цитируемости пресс-релизов.

На основе этих данных и *медиа-карты СМИ* рассчитывается *агрегированный показатель медиа-активности (АПМ)* Отделения ПФР, влияющий на рейтинг регионального ПФР на федеральном уровне.

Цель АПМ – оценка эффективности деятельности территориальных органов ПФР по организации целенаправленной информационно-разъяснительной работы, по наполнению регионального информационного пространства качественной и своевременной информацией. АПМ позволяет оценивать эффективность информационно-разъяснительной работы в части налаженности взаимодействия со средствами массовой информации.

Для оперативного получения информации, позволяющей изучить общественное мнение о деятельности ПФР используются такие инструменты, как опросы подписчиков и голосования в официальных аккаунтах ведомства и на сайтах интернет-СМИ.

Изучение эффективности информационно-разъяснительной работы в разнонаправленной социальной сфере осложняется тем, что данная работа весьма продолжительна и ее результативность нельзя измерить ростом объемов продаж как, например, в коммерции. Основным показателем эффективности информационно-разъяснительной работы – уровень понимания гражданами основ пенсионного законодательства. Для изучения данного качественного показателя Отделением ПФР по Белгородской области проводятся социологические опросы, позволяющие оценить и проанализировать уровень заинтересованности граждан различными сферами деятельности ПФР, выявить степень осведомленности населения правилами формирования пенсии, а также определить, какие источники информирования наиболее эффективны.

Ежегодно Отделением ПФР по Белгородской области проводится два социологических опроса, направленных на повышение качества информационно-разъяснительной работы и информированности населения по вопросам пенсионного и социального законодательства. Результаты соцопроса

направлены на изучение степени информированности граждан и оценку различных источников информирования населения.

Так, в ноябре 2016 года и июле 2017 года были проведены соцопросы, в которых приняли участие 332 человека в 2016 году и 241 респондент в 2017 в возрасте от 20 до 55 лет.

На основе сравнительного анализа результатов социологических исследования возможно проследить динамику уровня пенсионной и социальной грамотности населения, выработать рекомендации и наметить направления совершенствования информационно-разъяснительной работы.

Результаты, социологического опроса позволяют нам заключить, что уровень осведомленности граждан об основных правилах формирования пенсии достаточно высок. Важно отметить, что респонденты – это работающие и учащиеся граждане не пенсионного возраста, находящиеся в текущий момент в процессе формирования будущей пенсии. Именно этой категории населения необходимо знать, какие параметры влияют на размер будущей пенсии. Поэтому мы считаем необходимым усилить информационно-разъяснительную работу непосредственно с данной целевой аудиторией. Соцопрос также демонстрирует положительную динамику и высокий уровень интереса к пенсионному законодательству.

Сложность трактовки пенсионного законодательства нередко становится препятствием на пути к пониманию гражданами отдельных норм закона. Именно поэтому при проведении соцопроса оценивалась степень понятности и доступности материалов Пенсионного фонда. Большинство опрошенных отметили, что информационно-разъяснительные материалы ПФР в доступной форме излагают особенности реализации законодательных нюансов.

Оценка каналов информирования и их эффективность играют важную роль в процессе разработки разъяснительных кампаний.

Итоговые данные соцопроса свидетельствуют, что популярность телевидения возросла в 2017 году в сравнении с 2016, и ТВ является одним из

наиболее популярных каналов информирования. Граждане значительно реже обращаются к таким источникам информации, как радио и интернет-СМИ. Однако в 2017 году популярность радио незначительно возросла.

Количество граждан, предпочитающих газеты и журналы в качестве канала информирования, в сравнении с 2016 годом существенно снизилось на 36%. Стоит отметить, что прочие источники информирования граждан о пенсионном и социальном законодательстве также в различной степени утратили свою популярность в 2017 году в сравнении с предыдущим годом.

Анализ востребованности различных каналов информирования позволяет сделать заключение, что при проведении информационно-разъяснительной работы следует усилить взаимодействие с региональными телерадиокомпаниями. Однако информирование посредством радио, печатных СМИ и Интернет-СМИ необходимо оставить на прежнем уровне, так как данные каналы информирования популярны среди отдельных целевых аудиторий Пенсионного фонда.

Основываясь на результатах исследований аудиторий различных каналов информирования, мы пришли к выводу, что для наибольшего охвата граждан необходимо учитывать социально-демографические характеристики аудиторий определенных средств массовой информации, а также учитывать особенности тематик информационных сообщений.

В результате всестороннего анализа информационно-разъяснительной деятельности нами были сделаны выводы, что взаимодействие со средствами массовой информации, а именно ведение медиа-карты, адресная работа с представителями СМИ, мониторинг материалов, их систематизация, анализ, доведение актуальной информации до общественности, проведение пресс-конференций, подготовка пресс-релизов, содействие в создании контента на пенсионную и социальную тематику региональным и районным СМИ и ряд других направлений имеют стабильный характер и отражают достаточно хороший уровень реализации текущих задач. Однако в ходе оценки

разъяснительной деятельности Отделения ПФР и на основе метода включенного наблюдения нами был сформулирован ряд рекомендаций, направленных на совершенствование данной работы:

- необходимо проводить анализ эффективности выпускаемых радио и телепередач, газетных и интернет-публикаций, выяснять рейтинг СМИ;

- регулярно отслеживать, какая информация о деятельности ПФР вызывает наибольшую заинтересованность, и проводить обновления тематики сообщений, разрабатывать совместно с представителями СМИ новые рубрики, передачи на радио, ТВ;

- необходимо усилить информирование населения об основах пенсионного и социального законодательства, а также о наиболее значимых направлениях деятельности ПФР, законодательных изменениях и федеральных социальных проектах;

- обеспечивать руководство Отделения ПФР необходимой аналитической и информацией о состоянии общественного мнения в отношении определенных направлений деятельности для разработки информационных кампаний;

- упрощение контактов со СМИ, заключающееся в том числе в сокращении работы по подготовке документации;

- поиск новых сфер деятельности, новых идей и проектов, открывающих перспективы информационно-разъяснительной работы;

- развитие информационного взаимодействия с социальными партнерами и органами власти, способствующее наибольшему распространению информационно-разъяснительных материалов ПФР;

- налаживание более оперативного информационного обмена между структурными подразделениями ПФР.

Основываясь на проведенном анализе различных аспектов информационно-разъяснительной работы, мы считаем, что вышеперечисленные рекомендации по усовершенствованию данного направления деятельности Отделения ПФР повысят эффективность данного направления, и, как следствие,

будут способствовать повышению пенсионной и социальной грамотности населения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Связи с общественностью – необходимая функция государственного управления в условиях демократической системы. Развитие гражданского общества требует участия населения в принятии важных политических решений, а, следовательно, информационное и PR-сопровождение в государственных структурах выступает не только определенной гарантией их легитимного существования, но и влияет на эффективность деятельности.

Для того чтобы общество адекватно воспринимало регулирующие действия властных структур, адаптировалось к новым условиям и правилам, государственными организациями ведется непрерывная работа по обеспечению максимальной открытости государственной деятельности, поиску новых путей доведения информации до граждан с использованием современных технологий. Эту значимую функцию в структуре государственных органов осуществляют службы по связям с общественностью.

В результате проведенного эмпирического анализа нами были выявлены основные функции деятельности пресс-службы госорганов, такие как информирование населения о деятельности организации, взаимодействие со СМИ, организация и проведение брифингов, пресс-конференций, выступлений, интервью представителей органов власти, мониторинг СМИ, организация конкурсов для журналистов, а также непосредственная работа с населением.

Указанные функции включает в себя и такой вид деятельности служб по связям с общественностью, как **информационно-разъяснительная работа**. Всесторонний анализ структур по связям с общественностью государственных организаций позволил нам дать определение термину «информационно-разъяснительная работа». Это понятие подразумевает вид деятельности пресс-подразделения государственной организации, главная цель которого не только проинформировать население о законодательных изменениях или новшествах федерального масштаба, которые затрагивают интересы практически всего населения страны, но и разъяснить особенности, необходимость и важность

подобных изменений, объяснить, что послужило причиной для принятия определенных управленческих решений.

В обширной информационно-разъяснительной деятельности государственных организаций можно выделить следующие ключевые направления:

- информационно-аналитическое направление;
- информационно-коммуникативное направление;
- консультативно-методическое направление;
- организационно-правовое направление.

Исследователь считает необходимым акцентировать внимание на социальном аспекте информационно-разъяснительной работы в системе органов власти и определяет две основные социально ориентированные цели информационно-разъяснительной работы: обеспечение стабильности в обществе и сохранение его как единого целого, а также создание плодотворной основы для его сбалансированного развития.

Среди социально значимых государственных учреждений России особое место занимает Пенсионный фонд. История его становления – это, по сути, история развития социальной сферы российского общества.

В результате множества реформ и реорганизаций в процессе становления пенсионной системы сегодня Пенсионный фонд не только обеспечивает назначение и выплату пенсий, но и курирует реализацию социальных выплат, программу материнского (семейного) капитала, ведет учет участников системы обязательного пенсионного страхования, взаимодействует со страхователями, управляет средствами пенсионной системы, проводит исследования в области пенсионного страхования, осуществляет информационно-разъяснительную работу с населением и деятельность по повышению пенсионной и социальной грамотности учащейся молодежи.

Именно информационно-разъяснительная работа, ее содержание, инструменты и эффективность представляют особый интерес для

исследователя. Это обусловлено тем, что цель данного направления деятельности значительно глубже и фундаментальнее, чем просто информирование. Информационно-разъяснительная работа направлена на развитие пенсионных знаний и формирование пенсионной культуры россиян различных социальных групп и возрастов и является одним из ключевых направлений деятельности Отделения ПФР по Белгородской области.

В процессе изучения информационно-разъяснительной работы Отделения ПФР по Белгородской области была определена целевая аудитория информирования: пенсионеры, граждане трудоспособного возраста, женщины фертильного возраста, инвалиды и семьи, воспитывающие детей-инвалидов, школьники и студенты, работники системы ПФР; представители общественных организаций, включая профсоюзные организации.

Учитывая особенности различных групп целевой аудитории, Отделение ПФР создает информационно-разъяснительные материалы в различных форматах в доступной, понятной и привлекательной форме, общей чертой которых является объективность, достоверность и актуальность информации.

Проанализировав характеристики целевых аудиторий и направления информационно-разъяснительной работы, мы выявили следующие инструменты реализации информационной политики:

- размещение информационно-разъяснительных материалов по актуальным темам пенсионного и социального обеспечения в СМИ;
- проведение встреч, собраний, консультаций в ходе участия в межрегиональных выставках и круглых столов с гражданами;
- распространение печатной справочной продукции;
- реализация PR-проектов;
- реализация программы по пенсионной и социальной грамотности учащейся молодежи;
- информирование в социальных сетях.

Вышеперечисленные инструменты информационно-разъяснительной работы используются для освещения различных тем деятельности Отделения ПФР.

В ходе изучения инструментов информационно-разъяснительной работы мы уделили особое внимание реализации социальных PR-проектов в рамках информационно-разъяснительной работы. Социальные PR-проекты Отделения ПФР позволяют существенно повысить эффективность единой информационной политики Пенсионного фонда России в Белгородской области. Важно отметить, что специфика PR-деятельности Отделения Пенсионного фонда, как государственного учреждения, четко регламентирована федеральным законодательством и ограничена перечнем возможных PR-проектов.

В течение 2017 года ОПФР было реализовано два социальных PR-проекта направленных на повышение уровня пенсионной и социальной грамотности населения: брендинг городского общественного транспорта и размещение информационно-разъяснительных видеороликов со звуком на светодиодных экранах на улицах города Белгорода. Данный инструмент информирования позволил охватить существенную аудиторию, состоящую из граждан и работодателей.

В диссертации мы также подробно изучили такой инструмент информационно-разъяснительной работы, как реализация программы по повышению пенсионной и социальной грамотности учащейся молодежи. Данное направление деятельности включает в себя решение ключевой задачи: путем проведения тематических и открытых уроков, экскурсий максимально заинтересовать учеников старших классов и студентов ссузов особенностями пенсионного законодательства и сформировать у молодого поколения ответственность за собственное будущее.

Важным этапом изучения особенностей реализации информационно-разъяснительной работы государственной организации является оценка ее

эффективности, базирующаяся на измерениях количественных и качественных показателей деятельности.

Пресс-рейтинг, формируемый по итогам анализа вышедших в СМИ материалов, аккумулирует в себе информацию о тематике информационных сообщений, об уровне средств массовой информации (региональное или районное), тональности материалов, канала распространения, жанра публикации, а также сведения о цитируемости пресс-релизов.

На основе этих данных и *медиа-карты* *СМИ* рассчитывается *агрегированный показатель медиа-активности (АПМ)* Отделения ПФР, влияющий на рейтинг регионального ПФР на федеральном уровне.

Ключевой показатель эффективности информационно-разъяснительной работы – рост уровня понимания гражданами основ пенсионного законодательства. Для изучения данного качественного показателя Отделением ПФР по Белгородской области ежегодно проводятся социологические опросы среди населения региона.

Результаты сравнения социологических исследований, проведенных в 2016 и 2017 годах, позволяют проследить динамику уровня пенсионной и социальной грамотности населения, выработать рекомендации и наметить направления совершенствования информационно-разъяснительной работы.

На основе проведенного нами исследования мы пришли к заключению, что уровень осведомленности граждан об основных правилах формирования пенсии достаточно высок. Важно отметить, что респонденты – это работающие и учащиеся граждане не пенсионного возраста, находящиеся в текущий момент в процессе формирования будущей пенсии. Именно этой категории населения необходимо знать, какие параметры влияют на размер будущей пенсии. Поэтому мы считаем необходимым усилить информационно-разъяснительную работу непосредственно с данной целевой аудиторией.

Социологический опрос также позволил оценить востребованность каналов информирования в процессе проведения разъяснительных кампаний.

Итоговые данные соцопроса свидетельствуют, что популярность телевидения возросла в 2017 году в сравнении с 2016, и ТВ является одним из наиболее популярных каналов информирования. Граждане в 2017 году значительно реже обращаются к таким источникам информации, как радио, интернет- и печатные СМИ.

Основываясь на результатах исследований аудиторий, различных каналов информирования, мы пришли к выводу, что для наибольшего охвата граждан необходимо учитывать социально-демографические характеристики аудиторий определенных средств массовой информации, а также принимать во внимание при медиа-планировании особенности тематик информационных сообщений.

В результате всестороннего анализа информационно-разъяснительной деятельности нами были предложены рекомендации, направленные на совершенствование данной работы:

- необходимо проводить анализ эффективности выпускаемых радио и телепередач, газетных и интернет-публикаций, выяснять рейтинг СМИ;
- регулярно отслеживать, какая информация о деятельности ПФР вызывает наибольшую заинтересованность, и проводить обновления тематики сообщений, разрабатывать совместно с представителями СМИ новые рубрики, передачи на радио, ТВ;
- необходимо усилить информирование населения об основах пенсионного и социального законодательства, а также о наиболее значимых направлениях деятельности ПФР, законодательных изменениях и федеральных социальных проектах;
- обеспечивать руководство Отделения ПФР необходимой аналитической и информацией о состоянии общественного мнения в отношении определенных направлений деятельности для разработки информационных кампаний;
- упрощение контактов со СМИ, заключающееся, в том числе, в сокращении работы по подготовке документации;

- поиск новых сфер деятельности, новых идей и проектов, открывающих перспективы информационно-разъяснительной работы;
- развитие информационного взаимодействия с социальными партнерами и органами власти, способствующее наибольшему распространению информационно-разъяснительных материалов ПФР;
- налаживание более оперативного информационного обмена между структурными подразделениями ПФР.

Применение в работе вышеперечисленных рекомендаций позитивно отразится на эффективности информационно-разъяснительной деятельности и, как следствие, позволят достичь весомых результатов в реализации ключевой цели: повышении пенсионной и социальной грамотности населения.

В завершение данной работы, стоит отметить, что выдвинутая нами гипотеза исследования получила подтверждение в ходе всестороннего анализа такого направления деятельности, как информационно-разъяснительная работа.

Утверждение о том, что информационно-разъяснительная работа обладает более широким функционалом и инструментарием реализации информационной политики, чем общепринятая организация служб по связям с общественностью, подтвердилось в процессе анализа разносторонней деятельности по информированию различных групп населения Белгородской области.

Предположение о том, что проведение информационно-разъяснительной работы не сконцентрировано лишь на взаимодействии со средствами массовой информации и не подразумевает лишь информирование населения, а выполняет в некотором смысле, воспитательную функцию также оказалось верным. Это подтверждается выводами, сделанными в процессе изучения целей и особенностей реализации программы по повышению пенсионной и социальной грамотности молодежи.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: прин. всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. // Конституция РФ. – Режим доступа: <http://constrf.ru/razdel-1/glava-1/st-11-krf>
2. О государственном пенсионном обеспечении в Российской Федерации [Текст]: федер. закон РФ от 15 декабря 2001г. № 166-ФЗ с изм.// Российская газета. – 2001. – 20 декабря.
3. Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации» [Текст]: федер. закон от 15 декабря 2001 г. №167-ФЗ // Российская газета. – 2001. – 20 декабря.
4. Об индивидуальном (персонифицированном) учете в системе обязательного пенсионного страхования [Электронный ресурс] : федер. закон от 01.04.1996 N 27-ФЗ (последняя редакция). – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9839/
5. Об основах обязательного социального страхования [Текст]: федер. закон РФ от 16 июля 1999 г. № 165-ФЗ. – 1999. – 21 июля.
6. Особенности PR-деятельности в системе органов государственной власти [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Режим доступа: <https://bibliofond.ru/view.aspx?id=518026>
7. О страховых пенсиях [Электронный ресурс] : федер. закон от 28.12.2013 N 400-ФЗ (последняя редакция). – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156525/
8. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд [Электронный ресурс] : федер. закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ (последняя редакция). – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/
9. Абрамов, Р. Н. Связи с общественностью [Текст] : учебное пособие для высшей школы / Р.Н. Абрамов, Э.В. Кондратьев. – М.: КНОРУС, 2012. –

272 с.

10. Адамьянц, Т.З. Диалог или воздействие [Текст] : тезисы докладов III Всероссийской научной конференции «Сорочинские чтения» : Социальные процессы в современной России: традиции и новации». – М.: КДУ, 2007. – с. 326-329.

11. Амзин, А. Как новые медиа изменили журналистику [Текст] / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая и др. ; под ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. - Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. - 304 с.

12. Антипов, К.В. Паблик рилейшнз [Текст] / учебное пособие. 3-е изд., перераб. и доп. / К.В. Антипов, Ю.К. Баженов. – М.: Издательский Дом «Дашков и К», 2002. – 326 с.

13. Аньшин, В.М. Управление проектами: фундаментальный курс [Текст]: учебник / В.М. Аньшин, А.В. Алешин, К.А. Багратиони ; под ред. В.М. Аньшин, О.М. Ильина. – М.: Высшая школа экономики, 2013. – 624 с.

14. Атаманчук, Г.В. Теория государственного управления [Текст] : учебник / Г. В. Атаманчук. – 4-е изд., стер. – М. : Омега-Л, 2014. – 525 с.

15. Белковский, С. В. Организация работы пресс-службы [Текст] / С. В. Белковский. — Н.Новгород: Изд.НГУ, 2005. – 27 с.

16. Бернейс, Э. Пропаганда [Текст] / Э. Бернейс. ; пер. И. Ющенко. – Изд-во "Ніпро Publishing LTD", 2010. – 176 с.

17. Блэк, С. Паблик рилейшнз. Что это такое? [Текст] / Сэм Блэк.– Москва: Издательство «Новости», 1990. - 240 с.

18. Бодрийяр, Ж. Реквием по масс-медиа [Текст] / Ж. Бодрийяр. – Режим доступа: [http:// www. gumer. Info. Ru](http://www.gumer.info)

19. Борисов, Б. Л. Технология рекламы и PR [Текст] : учеб. пособие / Б. Л. Борисов. – М.: Фаир-пресс, 2001. – 624 с.

20. Борякина, К.Ю. Оценка эффективности инструментов информационной политики законодательных органов власти (на примере

законодательного собрания Красноярского края) [Текст] / К.Ю. Борякина, А.В. Михайлов // Актуальные проблемы Авиации и космонавтики. – 2013. – №9 – С. 239-240.

21. Бэк, У. Репутация: вчера, сегодня, завтра [Текст] // PR в России. – 2002. – №4. – С. 15-18.

22. Варакута, С.А. Связи с общественностью [Текст] : учеб. пособие / С.А. Варакута. – М.: ИНФРА-М, 2009. — 207с.

23. Василенко. И. Связи с общественностью в государственных организациях и местных органах власти: зарубежный опыт [Текст] / И. Василенко // проблемы теории и практики управления. – №4 – 2003. – с.39-43.

24. Викентьев, И.Л. Приемы рекламы и Public Relations / И. Л. Викентьев. — СПб.: Издат. Дом. Бизнес-пресса, 2001. – 256 с.

25. Воробьев, И.П. Планирование на предприятиях отрасли [Электронный ресурс] : курс лекций / И.П. Воробьев, Е.И. Сидорова. – 2015. – Режим доступа: <https://books.google.ru/books?id=718kDQAAQBAJ&pg>

26. Ворошилов, В.В. Современная пресс-служба [Текст] / В.В. Ворошилов. — М.: Кнорус, 2009. – 221 с.

27. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации.2-е издание [Текст] : учебное пособие/ В.В. Ворошилов. — Москва: «Издательство «Проспект», 2014. – 464 с.

28. Галимова А.Ф. Социальный PR- проект: факторы и условия его реализации [Электронный ресурс] / А.Ф. Галимова // Электронный журнал «Nauka-rastudent» : Уфа, 2016 г. / Башкирский государственный университет. – Режим доступа: <http://nauka-rastudent.ru/30/3512/>

29. Ганжин, В.Т. Паблик рилейшинз. Что это значит? Введение в средоведческую коммуникологию [Текст] / В.Т. Ганжин. – М.: – Изд. МНЭПУ, 1998. – 176 с.

30. Герасимова, Г.И. Теория и практика связей с общественностью [Текст] : учеб. пособие / Г.И. Герасимова. – Тюмень: «Риф «Надежда», 2006. –

124 с.

31. Гермогенова, Л. Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации [Текст] : учебное пособие / Л. Ю. Гермогенова – М.: Рус Партнер Лтд., 1999. – 252 с.

32. Государственная PR-служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.public-relations-blog.info/gosudarstvennaya-pr-sluzhba/>

33. Даулинг, Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности [Текст] / Г. Даулинг. – М.: КГ «Имидж-контакт»: ИНФРА-М, 2003. – 368 с.

34. Денисов, А.В. Информационные технологии [Текст] : учебное пособие / А.В. Денисов, И.А. Коноплева, О.А. Хохлова. – М.: Проспект, 2008. – 304 с.

35. Дмитриева, Л.М., Социальная реклама [Текст] : учебное пособие / Л.М. Дмитриева, Ю.С. Вернадская, Т.А. Костылева и др. ; под ред. Л.М. Дмитриева. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 271 с.

36. Еляков, А.Д. Информационная перегрузка людей [Текст] : социолог. исслед./ А. Д. Еляков / Социс. – № 5/2005. – С. 114-121.

37. Емельянов, С.М. Теория и практика связей с общественностью [Текст] : вводн.курс / С.М. Емельянов. – Спб.: Питер, 2005. – 240 с.

38. Ермаков, Ю.А. Манипуляция над личностью: смысл, приемы, последствия [Текст] / Ю.А. Ермаков. – Екатеринбург: Изд-во Урал. Ун-та, 1995. – 204 с.

39. Зайцев, А.В. Диалогическая модель связей с общественностью Дж.Грюнига и современность [Текст] / А. В. Зайцев // Вестник КГУ им Н. А. Некрасова. – № 3. – С. 84-87.

40. Землянова, Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций [Текст] / Л.М. Землянова. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 300 с.

41. Ильченко, С.Н. Современная пресс-служба [Текст] : учеб. пособие /

- С.Н. Ильченко, А.Д. Кривоносов. — СПб.: С.-Петербург. Ун-т, 2005. — 105 с.
42. Ильенкова, С.Д. Социальный менеджмент [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс / С.Д. Ильенкова, В.И. Кузнецов. — 2008. — Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/4432092/>
43. Калиберда, Е.Г. Связи с общественностью [Текст] : учеб. пособие / Е.Г. Калиберда. — М.: Логос, 2003. — 120 с.
44. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз [Текст] : учебное пособие / Ф. Китчен; пер. Е.Э. Лалаян. — М. : Юнити-Дана, 2015. — 454 с.
45. Кожемякин, Е.А. Основы теории коммуникации [Текст] : учеб. пособие / Е.А. Кожемякин. — М.: ИНФРА-М, 2014.— 189 с.
46. Комаровский, В.С. Связи с общественностью в политике и государственном управлении [Текст] / В.С. Комаровский. — М.: РАГС, 2010. — 341 с.
47. Кондратьев, Э.В., Абрамов, Р.Н. Связи с общественностью [Текст] : учеб. пособие / Кондратьев Э.В., Р.Н. Абрамов. — М.: Академический проект, 2004. — 432с.
48. Кочеткова, А.В. Современная пресс-служба [Текст] / А. Кочеткова, А. Тарасов. — М.: Эксмо, 2009 — 269 с.
49. Кривоносов, А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. — 2-е изд. доп. [Текст] / А.Д. Кривоносов. — СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2002. — 288 с.
50. Кузнецова, М.А. Социальные системы и процессы: методология исследования [Текст] : учеб. пособие / М.А. Кузнецова. — Волгоград.: Изд-во ВолГУ, 2004. — 96 с.
51. Кузьменков, И. PR — это инструмент быть воспринимаемым в обществе экономической и политической конкуренции [Текст] / И. Кузьменков. — Пресс-служба. — 2013. — № 10. — с. 31.
52. Липпман, У. Общественное мнение [Текст] : монография /У. Липпман. — М.: Ин-т фонда «Общественное мнение», 2004. — 384 с.

53. Логвинова, Т.В. Связи с общественностью в системе государственного управления [Текст] / Т.В. Логвинова // Ученые записки Тамбовского отд.РосМУ. – №4/2015. – 7 с.

54. Лукиева, Е.Б. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс] / учеб. пособие / Е.Б. Лукиева. – 2006. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/resource/250/75250/files/up2.pdf>

55. Лукман, Т. Планирование общения и интерсубъективное приспособление перспектив коммуникативных жанров [Текст] // Социальные процессы на рубеже веков: феноменологическая перспектива. Научные труды. – М.: МГИМО, 2000. – с. 34-53.

56. Луков, В. А. Социальное проектирование [Текст] : учеб. пособие. - 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Моск. гуманит.-социальн. академии: Флинта, 2013. – 240 с.

57. Луман, Н. Общество как социальная система [Текст] / Н. Луман. — М.: Логос, 2004. – 232 с.

58. Мазаева Е.С. Социальная функция современного Российского государства [Текст] : автореф. дис. ... канд. юрид. наук / Е.С. Мазаева. – Новгород, 2001. – 160 с.

59. Маяковский, В.В. Агитация и реклама [Текст] : учеб. пособие / В.В. Маяковский. – Том 7. – Издательство «Огонек», 1987. – 320 с.

60. Милаева, О.В. Организация деятельности PR-отдела [Электронный ресурс] : учеб. пособие /Часть I / В.А. Милаева, А.Ю. Питерова. — Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/871156/>

61. Миронов, И. М. Паблик рилешнз как теория и практика управления общественным сознанием [Текст] : автореф. дис. канд. социол. наук / И.М. Миронов. – М.: – 2004. – 19 с.

62. Михайлов, В.А. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества [Текст] : Сборник научных трудов «Актуальные проблемы теории коммуникации»/ В. А. Михайлов. —

СПб, 2004. – С. 34-52

63. Меньшиков, А.А. Пресс-служба [Текст] : учеб. пособие / А.А. Меньшиков. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2013.– 122 с.

64. Невоструева, А.Ф. Институционализация пресс-служб в системе связей с общественностью [Текст]: автореф. дис...канд. социолог. наук / А. Ф. Невоструева. – Пермь, 2009. – 21 с.

65. Невоструева, А.Ф. Современная пресс-служба [Текст] : учеб.-метод. комплекс /А.Ф. Невоструева. – Пермь: Изд-во Перм. Гос. Техн. Ун-та, 2011. – 69 с.

66. Николайшвили, Г.Г. Социальная реклама [Текст] : теория и практика: учебное пособие / Г.Г. Николайшвили. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 184 с.

67. Новопашин, А.П. Коммуникация и власть [Текст] / А.П. Новопашин. – Тюмень: Мандр и К, 2004. – 136 с.

68. Новикова, А.С. Социальная функция в системе функций Российского государства [Текст] / А.С. Новикова // Политематический научный журнал. – 2014. – №104(10). – С. 1-9.

69. Оберемко, О.А. Человек и политика в социологической теории Гарольда Д. Лассуэлла [Текст] : автореф. дис. ... канд. соц. наук / О.А. Оберемко. – М., 1993. – 24 с.

70. Олейникова, С.С. Становление социальной функции государства в системе его внутренних функций [Текст] // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2011. – № 2 (15). – С. 59-62.

71. Осокина, И.В. Актуальные вопросы налоговой реформы [Электронный ресурс] / И.В. Осокина // Финансы и кредит. – 2011.– Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-voprosy-nalogovoy-reformy>

72. От воинских уставов – к пенсионным фондам (социальные реформы России в XIX века) [Электронный ресурс] : Электронный архив «История

развития пенсионной системы». – Режим доступа:
<http://pfr.pba.su/Content/Read/239>

73. Панов, А.И. Стратегический менеджмент [Текст] : учебное пособие / А.И. Панов, И.О. Коробейников, В.А. Панов. - 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 302 с.

74. Пенсии в СССР [Электронный ресурс] : Электронный архив «История развития пенсионной системы». – Режим доступа:
<http://pfr.pba.su/Content/Read/52>

75. Пенсии до революции: социальное обеспечение в России на рубеже XIX- XX веков [Электронный ресурс] : Электронный архив «История развития пенсионной системы». – Режим доступа: <http://pfr.pba.su/Content/Read/271>

76. Почепцов, Г.Г. Паблик Рилейшнз для профессионалов [Текст] / Г.Г. Почепцов. –М.: Рефл-бук, 2001. – 624 с.

77. Почепцов, Г.Г. Паблик Рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением [Текст] / Г.Г. Почепцов. – М.: Центр, 2004. – 336 с.

78. Путилова, Е.А. Интернет как фактор формирования информационного общества [Текст]: автореф. канд. социологич. наук / Е.А. Путилова. – Тюмень: ГОУ ВПО ТГУ, 2004.

79. Русаков, А.Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти [Текст] : учеб.пособие / А. Ю. Русаков. – Спб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 224 с.

80. Семенов, В.А. Политический менеджмент [Текст] : учеб. пособие / В.А. Семенов, В.Н. Колесников. – Спб.: Питер, 2013. 336 с.

81. Синяева, И.М. Паблик рилейшенз в коммерческой деятельности [Текст] : учеб.пособие / И.М. Синяева. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 287 с.

82. Соколов, А.В. Общая теория социальной коммуникации [Текст] : учебное пособие. – Спб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 461 с.

83. Становова, О.Ю. Социальные функции служб по связям с общественностью органов государственной власти [Электронный ресурс] :

дис. ... канд. соц. наук / О.Ю. Становова. – 2006. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/sotsialnye-funktsii-sluzhb-po-svyazyam-s-obshchestvennostyu-organov-gosudarstvennoi-vlasti>

84. Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития [Текст]: отраслевой доклад / Под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2014. – 91 с.

85. Татарина Г.Н. Современная пресс-служба [Электронный ресурс] : учебн. пособие / Г.Н. Татарина. – 2007. – Режим доступа: http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/424/62424/32487?p_page=82

86. Терин, В.П. Массовая коммуникация: Исследование опыта Запада [Текст] / В.П. Терин. – М.: МГИМО, 2000. – 223 с.

87. Тульчинский, Г.Л. PR-фирмы: технологии и эффективность [Текст] / Г.Л. Тульчинский. — Спб.: Алетейя, 2000. – 431 с.

88. Ученова В.В. Социальная реклама: вчера, сегодня, завтра [Текст]: учеб.пособие для вузов / В. В. Ученова, Н. В. Старых. – М.: ИндексМедиа, 2006. – 303 с.

89. Федотова Л. Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение [Текст] : Л. Н. Федотова. – Спб.: Питер, 2003. – 352 с.

90. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью [Текст] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: Дело, 2003. – 496 с.

91. Шарков, Ф.И. Коммуникология: социология массовой коммуникации [Текст] / Ф.И. Шарков. – М.: Издательство иностранной литературы, 1963. – 320 с.

92. Шатилов В. В. Современная пресс-служба [Текст] : учебное пособие /В. В. Шатилов. — Ярославль: МУБиНТ, 2009. – 83 с.

93. Шишкин, Д.П. История PR в России: проблемы периодизации [Текст] / Петербургская школа PR: от теории к практике. Вып. 2: Сб. статей / Отв. Редактор А.Д. Кривоносов. – СПб.: Роза мира, 2004. – 187 с.

94. Шишкин, Д.П. PR-кампании: методология и технология [Текст] :

учеб. пособие/ Д. П. Шишкин, Д.П. Гавра, С.Л. Бровко. – Спб.: Роза мира, 2004. - 187 с.

95. Шишкина М.А. Связи с общественностью в системе социального управления [Текст] : учеб. пособие / М.А. Шишкина. – Спб.: Изд-ва «Паллада-медиа» и СЗРЦ «РУСИЧ», 2006. – 444 с.

96. Шишкина, М.А. Рынок PR: великий перелом [Текст] / М.А. Шишкина // PR-диалог. – №4-5. – 2003. – С. 12-16

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

1. Белгородская торгово-промышленная палата. Официальный сайт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://belexprocentr.ru>
2. ГТРК «Белгород». Официальный сайт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://belgorodtv.ru>
3. Знающие люди. Пенсионное законодательство. Что ждет в 2017? [Видеозапись] / ТРК «Мир Белогорья». Знающие люди. Валентина Полус. (23.12.2016) — Белгород, 2016. - Режим доступа: <http://mirbelogorya.ru/video-archive/category/44-knowing-people.html>
4. Знающие люди. Особенности пенсионного обеспечения в 2017 году [Видеозапись] / ТРК «Мир Белогорья». Знающие люди. Татьяна Стригунова (17.03.2017) — Белгород, 2017. - Режим доступа: <http://mirbelogorya.ru/video-archive/category/44-knowing-people.html>
5. Отделение ПФР по Белгородской области [Электронный ресурс] / Vkontakte, Twitter, Живой журнал, Google +. - Режим доступа: <http://vk.com/public88238237>, <http://twitter.com/Pensionshick>, <http://opfr-belgorod.livejournal.com/profile>, <http://plus.google.com/100981787739929886196>.
6. Пенсионный фонд РФ. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.pfr.ru>
7. ТРК «Мир Белогорья». Официальный сайт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://mirbelogorya.ru>
8. Школьникам о пенсии. Официальный сайт ПФР для молодежи [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://school.pfrf.ru>
9. Adindex.ru. Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://adindex.ru/>
10. Mediascope. Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mediascope.net/>

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Лифлеты ПФР на различные темы социального законодательства

 **Ежемесячная выплата предоставляется семье до достижения ребенком возраста 1,5 лет:**

- ◆ Со дня рождения ребенка, если обращение последовало не позднее 6 месяцев с даты рождения ребенка. Сумма ежемесячных выплат за прошедшие месяцы с рождения ребенка до обращения за назначением выплаты будет перечислена гражданину в полном размере;
- ◆ Со дня обращения, если владелец сертификата на материнский капитал обратился за назначением выплаты позднее 6 месяцев.

Документы

- ◆ Документы, подтверждающие личность и гражданство родителя и ребенка;
- ◆ Документы, подтверждающие рождение или усыновление детей;
- ◆ Сведения о доходах членов семьи за последние 12 месяцев;
- ◆ Справка из банка с указанием номера счета.

С полным перечнем документов для назначения ежемесячной выплаты можно ознакомиться на сайте Пенсионного фонда России www.pfrf.ru в разделе «Жизненные ситуации»

Куда обратиться?
Заявление о назначении ежемесячной выплаты подается в территориальный орган Пенсионного фонда России по месту жительства. Закон отводит месяц на рассмотрение заявления, после чего деньги будут перечислены на банковский счет владельца сертификата материнского капитала. Одновременно можно подать заявление о получении сертификата на материнский капитал и страхового свидетельства обязательного пенсионного страхования (СНИЛС) для рожденного ребенка.



Если ежемесячный доход на каждого члена вашей семьи (дети и родители) за последние 12 месяцев был меньше

13 484 рублей,

вы имеете право на ежемесячную выплату из средств материнского капитала.

РАЗМЕР ВЫПЛАТЫ
в Белгородской области
8247 рублей

Выплата производится до достижения ребенком возраста 1,5 лет

Получайте государственные услуги Пенсионного фонда России, не выходя из дома, через сайт

www.pfrf.ru

 2018

ПЕНСИОННЫЙ ФОНД РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Ежемесячная ВЫПЛАТА
из средств материнского капитала для семей с низким доходом

Если в трудовой книжке нет подтверждающих Ваш стаж записей, обратитесь именно в ту организацию, где Вы работали, или к ее правопреемнику. В случае, если предприятие прекратило свое существование, следует обратиться в вышестоящую или архивную организацию.

Если трудовой книжки нет или в ней содержатся неточные или неполные сведения, в подтверждение принимаются письменные трудовые договоры, выписки из приказов, лицевые счета и ведомости на выдачу заработной платы и другие документы.

О ЗАРАБОТКЕ
Специалисты Пенсионного фонда России для назначения пенсии берут среднемесячный заработок заявителя за 2000–2001 годы по сведениям персонализированного учета, которые хранятся в ПФР. Но если зарплата в эти годы была не самой высокой либо Вы в этот период не работали (или работали неофициально), то следует представить справку о зарплате за любые 60 месяцев работы подряд до 1 января 2002 года.

Полный перечень документов для каждого из видов страховой пенсии можно найти на сайте Пенсионного фонда России www.pfrf.ru в разделе «Жизненные ситуации».

 **Шаг 2. Приходите в Пенсионный фонд России с необходимыми документами**

Обратитесь заранее – за 6 месяцев до возникновения права на пенсию – с имеющимися у Вас документами в территориальный орган Пенсионного фонда России по месту жительства. Специалисты Пенси-

онного фонда дадут им оценку и разъяснят необходимость представления дополнительных документов в зависимости от вида устанавливаемой пенсии, чтобы пенсия была назначена в максимальном размере. При этом обращении в указанных целях не является обращением за назначением страховой пенсии.

 **Отложенный выход на пенсию – выгодно!**

Не обязательно оформлять страховую пенсию сразу после получения права на нее. За каждый год более позднего обращения за назначением пенсии фиксированная выплата и страховая пенсия увеличиваются на определенные коэффициенты. Например, если Вы обратитесь за страховой пенсией по старости **через пять лет** после возникновения права на нее, то общий размер пенсии (страховая пенсия и фиксированная выплата к ней) может быть примерно **на 40% больше**.

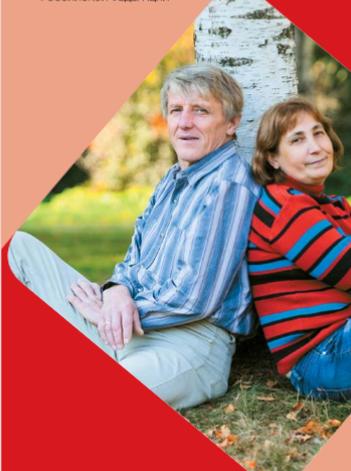
Размер пенсии	+ 40 %
Обращение за пенсией в год возникновения права на нее	Обращение за пенсией на 5 лет позже

Получайте государственные услуги Пенсионного фонда России, не выходя из дома, через сайт

www.pfrf.ru

 2017 / 2018

ПЕНСИОННЫЙ ФОНД РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



БУДУЩИМ ПЕНСИОНЕРАМ
о страховой пенсии

Плакат, баннер для ситиформата и биллборда на актуальные темы ПФР

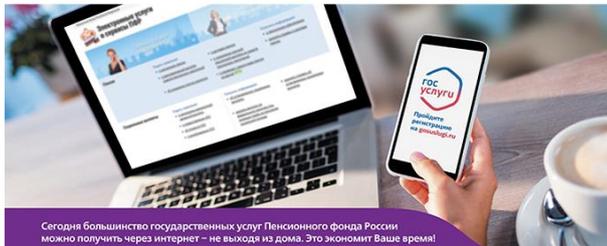
В ПЕНСИОННЫЙ ФОНД РОССИИ – НЕ ВЫХОДЯ ИЗ ДОМА

ПОЛУЧАЙТЕ
УСЛУГИ ЧЕРЕЗ
САЙТ
PFRF.RU



 ПЕНСИОННЫЙ ФОНД РОССИИ

ПОЛУЧАЙТЕ УСЛУГИ ПЕНСИОННОГО ФОНДА РОССИИ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ WWW.PFRF.RU



Сегодня большинство государственных услуг Пенсионного фонда России можно получить через интернет – не выходя из дома. Это экономит Ваше время!

На сайте Пенсионного фонда России можно:

Работающим гражданам	Пенсионерам	Всем
Получить выписку о состоянии индивидуального лицевого счета в ПФР	Получить информацию о пенсионном обеспечении и установленных социальных выплатах	Записаться на прием в ПФР
Узнать количество своих пенсионных баллов и стаж	Подать заявление о назначении ежемесячной денежной выплаты и предоставлении ИСУ	Заказать справки и документы
Рассчитать будущую страховую пенсию на пенсионном калькуляторе	Заказать выписку из федерального регистра лиц, имеющих право на получение социальной помощи	Направить обращение в ПФР
Контролировать начисление страховых взносов Вашим работодателем	Подать заявление об изменении способа доставки пенсии и/или социальных выплат	Задасть вопрос специалисту ПФР онлайн
Подать заявление на назначение и выбрать способ доставки пенсии	Подать заявление о факте осуществления (прекращении) работы	Контролировать свое участие в Программе государственного финансирования пенсий
Подать заявление на получение сертификата на материнский (семейный) капитал и распоряжение его средствами	Подать заявление о компенсации расходов на оплату стоимости проезда пенсионерами-северными к месту отдыха и обратно	
Узнать страховщика по формированию пенсионных накоплений или подать заявление о смене страховщика		
Подать заявление на назначение срочной или единовременной выплаты из средств пенсионных накоплений		

Чтобы получить электронные услуги ПФР зарегистрируйтесь и получите подтвержденную учетную запись в Единой системе идентификации и аутентификации (ЕСИА) на Портале государственных услуг gosuslugi.ru. Если Вы уже зарегистрированы на Портале, используйте Ваши логин и пароль. Также зарегистрироваться и получить подтвержденную учетную запись в ЕСИА теперь можно в клиентской службе ПФР.

 ПЕНСИОННЫЙ ФОНД РОССИИ  WWW.PFRF.RU

В ПЕНСИОННЫЙ ФОНД РОССИИ – НЕ ВЫХОДЯ ИЗ ДОМА

ПОЛУЧАЙТЕ УСЛУГИ
ЧЕРЕЗ САЙТ
PFRF.RU



 ПЕНСИОННЫЙ ФОНД РОССИИ

Заявка на финансирование PR-проекта

Приложение к письму
Исх. № 2114/2205 от 20.06.2016

Заявка Отделения ПФР по Белгородской области на финансирование PR-проекта «Проведение в 2017 году информационно-разъяснительной кампании среди населения города Белгорода посредством размещения информационно-разъяснительных материалов ПФР по актуальным темам пенсионного и социального обеспечения на общественном транспорте».

Цели и задачи проекта:

Повышение пенсионной и социальной грамотности населения Российской Федерации, разъяснение актуальных вопросов пенсионного и социального законодательства Российской Федерации и информирование о государственных услугах, предоставляемых Пенсионным фондом Российской Федерации гражданам и работодателям.

Целевая аудитория: граждане и страхователи.

Охват целевой аудитории: не менее 500 тысяч человек.

Сроки реализации проекта: 3-4 кварталы 2017 года.

Содержание проекта:

Отделение ПФР по Белгородской области для реализации мероприятий по информационно-разъяснительной работе ОПФР в 2017 году планирует осуществить проект по размещению тематических информационно-разъяснительных материалов ПФР по актуальным темам информационно-разъяснительной работы на двух автобусах в одном населенном пункте (городе Белгороде).

Информационно-разъяснительные материалы ПФР будут размещены на двух автобусах большой вместимости. Общая поверхность под брендиование на двух единицах транспорта составляет около 62 м² (боковые и задняя поверхности транспорта с возможностью размещения рекламы с выходом на стекло).

Срок размещения информационно-разъяснительных материалов ПФР составит не менее 90 дней.

В связи с вышеизложенным Отделение Пенсионного фонда РФ по Белгородской

области просит выделить бюджетные ассигнования и объемы финансирования расходов на мероприятие в области информационной политики на 2017 год по статье КОСГУ 226 «Прочие работы, услуги» на сумму 299 833,3 рубля.

Указанный объем расходов на реализацию проекта обоснован.

После завершения проекта, на основании отчетной документации, подтверждающей оказание услуг и представленной Исполнителями по заключенными государственным контрактам, будет сформирован отчет о результатах реализации проекта.

Проект будет реализован на условиях настоящей заявки.

Управляющий ОПФР



Д.В. Худаев

**Главный
бухгалтер**



М.Е. Канунникова

**Руководитель группы по
взаимодействию со СМИ**



В.П. Ковалева

Брендинг общественного транспорта (PR-проект Отделения ПФР, 2017 г.)





Рекламные ролики на светодиодных экранах (PR-проект Отделения ПФР, 2017)





Приложение 6

Соглашение между Департаментом образования и Отделением ПФР по Белгородской области по повышению пенсионной и социальной грамотности учащихся и молодежи

Соглашение *66-180*
 между Департаментом образования Белгородской области и Отделением
 Пенсионного фонда Российской Федерации (государственным учреждением)
 по Белгородской области по повышению пенсионной и социальной
 грамотности учащихся и молодежи Белгородской области

г. Белгород

«11» декабря 2015 г.

Департамент образования Белгородской области, в лице заместителя Губернатора Белгородской области **Боженова Сергея Андреевича**, именуемый далее «Департамент», с одной стороны,

и Отделение Пенсионного фонда Российской Федерации (государственное учреждение) по Белгородской области, в лице управляющего **Худаева Дмитрия Васильевича**, именуемое в дальнейшем «Отделение», с другой стороны,

совместно именуемые в дальнейшем «Стороны», в целях повышения пенсионной грамотности детей и молодежи, реализации Закона РФ от 29.12.2012г. № 273 «Об образовании в Российской Федерации», Федерального закона от 15.12.2001г. №167-ФЗ «Об обязательном пенсионном страховании», а также во исполнение распоряжения Губернатора Белгородской области от 14.04.2009г. №155-р «О распространении опыта управления ПФР в г. Валуйки и Валуйском районе по организации «Пенсионного всеобуча», заключили настоящее соглашение (далее – Соглашение) о нижеследующем:

1. Предмет соглашения

1.1. Предметом Соглашения является осуществление Сторонами совместной работы по повышению пенсионной и социальной грамотности учащейся молодежи и педагогических работников, подведомственных Департаменту общеобразовательных учреждений.

1.2. Стороны осуществляют сотрудничество в соответствии с настоящим Соглашением, действуя в пределах своей компетенции и соблюдая федеральное законодательство и законодательство Белгородской области.

1.3. Настоящее соглашение не препятствует Сторонам в определении и развитии иных взаимоприемлемых направлений сотрудничества при соблюдении условий настоящего Соглашения.

2. Функции Сторон

2.1. **Департамент**, в рамках своей компетенции:

2.1.1. Направляет в органы управления образованием Белгородской области рекомендации по организации изучения пенсионного законодательства в старших классах образовательных учреждений области, изучения пенсионного законодательства в образовательных учреждениях области в рамках элективного курса «Пенсионный всеобуч», соответствующих тем учебных предметов «Право» и «Обществознание».

2.1.2. Рекомендует включать изучение пенсионного законодательства в план работы образовательных учреждений, подведомственных Департаменту в рамках факультативных занятий.

2.1.3. Принимает решения об организации повышения квалификации руководителей, педагогических работников образовательных учреждений области по вопросам пенсионного законодательства.

2.1.4. Совместно с Отделением ПФР организует в образовательных учреждениях «День пенсионной грамотности», в рамках которого предусматривается проведение классных часов, конкурсов, викторин, ярмарок проектов и т.п. по обозначенной тематике.

2.1.5. Совместно с Отделением ПФР обеспечивает проведение ежегодного областного конкурса творческих работ среди учащихся и студентов, подведомственных Департаменту образовательных учреждений о современной пенсионной системе и перспективах пенсионного обеспечения граждан в России «О будущем думаем сегодня».

2.2. Отделение:

2.2.1. Обеспечивает подготовку и сопровождение лекционного материала по изучению пенсионного законодательства.

2.2.2. Определяет список ответственных специалистов Управлений ПФР в городах и районах области, Отделения ПФР по Белгородской области для оказания безвозмездной консультативной помощи в рамках повышения квалификации педагогических работников.

2.2.3. Принимает участие в проведении олимпиад, викторин, конкурсов, классных часов и других мероприятий по тематике пенсионного законодательства в лице представителей территориальных Управлений ПФР городов и районов области.

2.2.4. Организует проведение совместных заседаний, встреч, совещаний с педагогической общественностью по вопросам пенсионного обеспечения.

2.2.5. Обеспечивает библиотеки образовательных учреждений Белгородской области нормативно-правовой, научно-популярной, методической и другой информационной литературой, стеновыми материалами по пенсионному законодательству.

2.2.6. Организует торжественное вручение карточек пенсионного страхования (страховых свидетельств СНИЛС) выпускникам образовательных учреждений области (совместно с Департаментом).

3. Заключительные положения

3.1. Соглашение заключено сроком на 5 (пять) лет и вступает в силу со дня его подписания Сторонами.

3.2. По истечению срока действия Соглашения по согласию Сторон оно может быть пролонгировано.

3.3. Для развития Соглашения могут разрабатываться планы, протоколы, программы, конкретизирующие как его отдельные положения, так и Соглашение в целом.

3.4. Расторжение настоящего Соглашения возможно при взаимном согласии

Сторон или по требованию одной из Сторон. Соглашение может быть расторгнуто по инициативе одной из Сторон путем письменного уведомления другой Стороны не позднее, чем за два месяца до даты его предполагаемого расторжения. Сторона, намеревающаяся выйти из настоящего Соглашения, должна выполнить все свои обязательства, вытекающие из настоящего Соглашения и возникшие до момента уведомления о прекращении действия настоящего Соглашения.

3.5. Соглашение составлено в 2-х экземплярах, имеющих равную юридическую силу.

4. Адреса и подписи сторон:

Департамент образования
Белгородской области

308800, г. Белгород, Соборная
площадь, д. 4

Заместитель Губернатора
Белгородской области
С.А.Боженов



Отделение Пенсионного фонда
Российской Федерации (ГУ) по
Белгородской области

308000, г. Белгород,
ул. Преображенская, д. 87

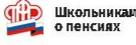
Управляющий
Д.В.Худаев



Учебное пособие для молодежи «Все о будущей пенсии для учебы и жизни»,
издание 2017 года



Сайт ПФР «Школьникам о пенсии», <http://school.pfrf.ru/>



О ПЕНСИИ ИСТОРИЯ КАРЬЕРЫ КАРЬЕРЫ Симулятор ТЕСТ ПОИЩЕМ ОТВЕТЫ О ПФР ЯВЛЯЮ ПЕНСИИ НА САЙТ ПФР



Пора начинать взрослую жизнь!

Наш сайт создан, чтобы помочь тебе не упустить время и заработать достойную пенсию

Почему важно думать о пенсии прямо сейчас?



Как рассчитывается пенсия?



Формула

Как рассчитывается пенсия?

Твоя пенсия формируется с того момента, когда ты начинаешь работать.



Симулятор

Жизнь и пенсия

Пройди все уровни, выбери как поступить в жизненной ситуации. Чем порадуешь себя старость?



Тест

На знание пенсионной системы.

Насколько хорошо ты разбираешься в пенсионной системе России и сможешь её объяснить другим?

Как повлиять на размер будущей пенсии?

Поищем ответы

Для себя Для родителей

Единый день пенсионной грамотности 19 сентября 2017 года



Форма отчетности ДОС-1о проведенной информационно-разъяснительной
работе в СМИ

<p align="center">Приложение №2 к Положению об управления единой информационной политикой и проведении информационно-разъяснительной работы Пенсионным фондом Российской Федерации</p> <p align="center">Форма ДОС-1</p>							
Наименование Отделения ПФР							
Квартал							
Дата составления отчета							
Информационные сообщения в региональных СМИ							
Количество информационных сообщений в районных СМИ по темам:							
Пенсионное обеспечение граждан	Совершенствование пенсионного законодательства (пенсионная формула, выбор варианта пенсионного обеспечения)	Госуслуги, предоставляемые ПФР (в т.ч. в эл. виде)	Деятельность управления	Соц. выплаты: М(с)К	Соц. выплаты: ЕДВ, НСУ, ДЕМО, соцдоплаты	Коррупционные проявления в системе ПФР, профилактика коррупционных проявлений	Иное
Тональность материалов							
Позитивные			Негативные			Нейтральные	
Телевидение							
Тематические программы				Информационные сюжеты			
Из них повторов				Из них повторов			
Радио							
Тематические программы				Информационные сюжеты			
Из них повторов				Из них повторов			
Печатные СМИ							

Статьи/интервью		Заметки					
Интернет-СМИ							
Статьи/интервью		Заметки					
Пресс-релизы							
Количество выпущенных пресс-релизов Отделением		Количество информационных сообщений, вышедших в СМИ на основе пресс-релизов Отделения					
Количество выпущенных пресс-релизов управлениями		Количество информационных сообщений, вышедших в СМИ на основе пресс-релизов управлений					
Пенсионное обеспечение граждан	Совершенствование пенсионного законодательства (пенсионная формула, выбор варианта пенсионного обеспечения)	Госуслуги, предоставляемые ПФР (в т.ч. в эл. виде)	Деятельность Отделения/управлений	Соц. выплаты: М(с)К	Соц. выплаты: ЕДВ, НСУ, ДЕМО, соцдоплаты	Коррупционные проявления в системе ПФР, профилактика коррупционных проявлений	Иное
Мероприятия с участием средств массовой информации							
Пресс-мероприятия							
Общее количество пресс-мероприятий		Количество участвовавших СМИ		Количество информационных сообщений по итогам мероприятий			
PR-мероприятия							
Общее количество мероприятий		Количество участвовавших СМИ		Количество информационных сообщений по итогам мероприятий			

Анкета для проведения соцопроса, 2016 год

АНКЕТА ДЛЯ ОПРОСА ПОСЕТИТЕЛЕЙ КЛИЕНТСКИХ СЛУЖБ ПЕНСИОННОГО ФОНДА РОССИИ

Ноябрь 2016 г.

ДАННЫЕ РЕСПОНДЕНТА

1. Укажите Ваш пол:

 мужской женский

2. Укажите Ваш возраст:

 20-30 лет 31-42 года 43-55 лет

3. Укажите место Вашего проживания:

 город сельская местность

4. Ваше образование:

 высшее неполное высшее среднее специальное среднее

5. Работаете ли Вы в настоящее время?

 да нет

ИНТЕРВЬЮЕР НЕ ДОЛЖЕН ИНТЕРЕСОВАТЬСЯ
ФИО ГРАЖДАНИНА И ВОПРОСОМ ОБРАЩЕНИЯ
В ПЕНСИОННЫЙ ФОНД РОССИИ

ОЦЕНКА УРОВНЯ ЗНАНИЙ ГРАЖДАНИНА О ПЕНСИОННОМ ФОНДЕ РОССИИ И ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. От чего, по Вашему мнению, зависит размер пенсии? (возможно несколько вариантов ответов)

От продолжительности стажа От размера официальной заработной платы
 От суммы страховых взносов, которые платит страхователь
 От уплаченных налогов От количества детей
 От количества пенсионных баллов (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить
 Другое (Что именно?) _____

2. Знаете ли Вы, что Ваша будущая страховая пенсия формируется в пенсионных баллах? (один ответ)

Да, мне хорошо известно об этом Слышал, но не знаю всех подробностей
 Нет, раньше об этом не слышал (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить

3. За что, по-Вашему, Пенсионный фонд России начисляет пенсионные баллы? (может быть несколько ответов)

За осуществление трудовой деятельности при официальном трудоустройстве и белой зарплате
 За осуществление трудовой деятельности, даже если зарплата серая
 За периоды, когда гражданин зарегистрирован как индивидуальный предприниматель и платит страховые взносы в Пенсионный фонд России
 За отпуск по уходу за ребенком, уходу за ребенком-инвалидом или нетрудоспособным гражданином старше 80 лет
 За службу в армии по призыву За учебу в ВУЗе или ССУЗе
 За уплату налогов За страховые взносы, которые за гражданина платят работодатели
 (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить

4. Интересна ли Вам информация о правилах формирования пенсии? (один ответ)

Да, интересна (переход к следующему блоку вопросов) Нет, не интересна
 (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить

5. Укажите, пожалуйста, причину, по которой вам не интересна информация о правилах формирования пенсии? (для тех, кто в вопросе № 4 ответил «Нет, не интересна»)

Мне в принципе не интересна эта информация Потому что правила еще много раз изменятся
 Потому что от меня все равно ничего не зависит Я вообще не думал об этом
 Я не собираюсь в старости жить на пенсию Я не доживу до пенсии
 Другое _____ (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить

6. Предпринимали ли Вы какие-либо действия для того, чтобы узнать, как формируется Ваша будущая пенсия или как определить ее размер? (любое количество вариантов ответа)
- Обращался в Пенсионный фонд России за консультацией
- Смотрел / читал / следил за рекламой, информационными сообщениями Пенсионного фонда России
- Специально изучал выписку из индивидуального лицевого счета или открыл / изучал информацию в Личном кабинете гражданина на сайте Пенсионного фонда России / пользовался калькулятором на сайте Пенсионного фонда России
- Читал информацию на сайте Пенсионного фонда России
- Интересовался у работодателя или в профсоюзной организации
- Интересовался у друзей и знакомых
- Следил за темой через СМИ
- Ничего не делал
- Другое (укажите) _____
- (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить
7. Считаете ли Вы информационно-разъяснительные материалы Пенсионного фонда России (видеоролики, аудиоролики, объявления в печатных СМИ, брошюры, лифлеты), которые Вы видели, понятными для Вас, изложенными доступным языком?
- Да Нет (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить
8. Считаете ли Вы для себя полезным получение информации Пенсионного фонда России в виде информационно-разъяснительных материалов:
- видеоролики на ТВ да нет
- аудиоролики на радио да нет
- объявления в печатных СМИ да нет
- в интернете да нет
- на улицах города в виде наружной рекламы да нет
- в виде брошюр и лифлетов да нет
- (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить
9. Какой канал получения информации о деятельности Пенсионного фонда России является для Вас предпочтительным?
- телевидение радио интернет
- наружная реклама транспорт клиентская служба Пенсионного фонда России/МФЦ
- иное, укажите: _____
- (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить
10. Помогают ли Вам информационно-разъяснительные материалы Пенсионного фонда России приобретать знания по пенсионным и социальным вопросам?
- Да Нет
11. Представьте, что у Вас есть выбор места трудоустройства с одинаковыми условиями работы и рабочим графиком. В первой компании Вам предлагают зарплату 30 тыс. рублей. Зарплата официальная (белая). Во второй компании Вам предлагают 35 тыс. рублей, но официальная (белая) зарплата только 8 тыс. рублей, остальное в конверте. Третья компания предлагает зарплату 40 тыс. рублей без юридически значимого контракта, то есть зарплата в конверте и работодатель не отчисляет страховые взносы. Какую компанию Вы выберете?
- Первую компанию с полностью белой зарплатой
- Вторую компанию с частично белой зарплатой и частично зарплатой в конверте
- Третью компанию с зарплатой в конверте
12. Доверяете ли Вы негосударственным пенсионным фондам?
- Да Нет Не знаю

Анкета для проведения соцопроса, 2017 год

АНКЕТА ДЛЯ ОПРОСА ПОСЕТИТЕЛЕЙ КЛИЕНТСКИХ СЛУЖБ ПЕНСИОННОГО ФОНДА РОССИИ

Июль 2017 г.

ДАННЫЕ РЕСПОНДЕНТА

1. Укажите Ваш пол:

- мужской женский

2. Укажите Ваш возраст:

- 20-30 лет 31-42 года 43-55 лет

3. Укажите место Вашего проживания:

- город сельская местность

4. Ваше образование:

- высшее неполное высшее среднее специальное среднее

5. Работаете ли Вы в настоящее время?

- да нет

ИНТЕРВЬЮЕР НЕ ДОЛЖЕН ИНТЕРЕСОВАТЬСЯ
ФИО ГРАЖДАНИНА И ВОПРОСОМ ОБРАЩЕНИЯ
В ПЕНСИОННЫЙ ФОНД РОССИИ

ОЦЕНКА УРОВНЯ ЗНАНИЙ ГРАЖДАНИНА О ПЕНСИОННОМ ФОНДЕ РОССИИ И ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. От чего, по Вашему мнению, зависит размер Вашей будущей пенсии? (возможно несколько вариантов ответов)

- От продолжительности стажа От размера официальной заработной платы
 От уплаченных работодателем страховых взносов
 От уплаченных налогов От количества детей
 (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить
 Другое (Что именно?) _____

2. Знаете ли Вы или слышите сейчас впервые о том, что ваша будущая пенсия формируется в пенсионных баллах, которые начисляет Пенсионный фонд России? (один ответ)

- Да, мне хорошо известно об этом Слышал, но не знаю всех подробностей
 Нет, раньше об этом не слышал (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить

3. От чего, По вашему мнению, зависит количество начисленных пенсионных баллов? (может быть несколько ответов)

- От суммы страховых взносов в ПФР, которые платит за Вас работодатель или вы сами, если являетесь индивидуальным предпринимателем
 От размера заработной платы, при условии, что она полностью «белая»
 От трудового стажа
 От суммы уплаченных налогов
 Не знаю (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить
 Другое (Что именно?) _____

4. В целом, вы понимаете или не понимаете, как формируется Ваша будущая пенсия? (один ответ)

- Понимаю Скорее не понимаю (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить
 Скорее понимаю Не понимаю

5. Вам интересна или не интересна информация о том, как формируется Ваша будущая пенсия? (один ответ)

- Да, интересна (переход к вопросу 7) Нет, не интересна
 (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить (переход к вопросу 7)

6. Укажите, пожалуйста, причину, по которой Вам не интересна информация о правилах формирования пенсии? (для тех, кто в вопросе № 5 ответил «Нет, не интересна», может быть несколько ответов)

- Мне в принципе не интересна эта информация Потому что правила еще много раз изменятся
 Потому что от меня все равно ничего не зависит Потому что я еще молодой(ая)
 Это сложная для меня тема, я ничего не понял(а) (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить
 Другое (Что именно?) _____

7. Предпринимали ли Вы какие-либо действия для того, чтобы узнать, как формируется Ваша будущая пенсия или как определить ее размер? Если да, то какие именно? (любое количество вариантов ответа)
- Обращался в Пенсионный фонд России с этим вопросом
- Получал/изучал выписку из индивидуального лицевого счета в Пенсионном фонде
- Заходил в свой Личный кабинет гражданина на сайте ПФР/пользовался калькулятором на сайте ПФР
- Читал информацию на сайте Пенсионного фонда России
- Интересовался у работодателя
- Интересовался у родственников и знакомых
- Другое (укажите) _____
- Следил за темой через СМИ
- Ничего не делал
- (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить
8. Встречали ли Вы информационные материалы ПФР о пенсиях, материнском капитале и других услугах? Если встречали, то где именно? (любое количество вариантов ответа)
- Телевидение
- Радио
- Газеты, журналы
- Интернет-сайт ПФР
- Интернет-сайты (кроме сайта ПФР)
- Реклама в транспорте (на транспорте)
- Реклама на улице (щиты, светодиодные экраны)
- Специальные буклеты и брошюры
- Не встречал (переход к вопросу 10)
- Другое (укажите) _____
- (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить
9. Были ли Вам понятны эти материалы? (один ответ)
- Понятны
- Скорее не понятны
- (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить
- Скорее понятны
- Не понятны
10. Из каких источников Вы хотели бы в дальнейшем получать информацию Пенсионного фонда России по вопросам формирования пенсии, правам на получение социальных выплат? (не более 5 вариантов ответа)
- Телевидение
- Радио
- Газеты, журналы
- Интернет-сайт ПФР
- Интернет-сайты (кроме сайта ПФР)
- Реклама в транспорте (на транспорте)
- Реклама на улице (щиты, светодиодные экраны)
- Специальные буклеты и брошюры
- Консультант в клиентской службе ПФР
- Другое (укажите) _____
- Не хочу получать такую информацию
- (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить
11. Знаете ли Вы или нет, что если Вы перенесете срок начала получения пенсии на несколько лет после достижения Вами пенсионного возраста, размер Вашей пенсии будет больше? (один ответ)
- Да, знаю хорошо
- Да, слышал об этом
- Нет, слышу об этом впервые
- (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ!) Затрудняюсь ответить
12. Доверяете ли Вы негосударственным пенсионным фондам? (один ответ)
- Да
- Нет
- Не знаю
13. Представьте, что у Вас есть выбор места трудоустройства с одинаковыми условиями работы и рабочим графиком. В первой компании Вам предлагают зарплату 30 тыс. рублей. Зарплата официальная (белая). Во второй компании Вам предлагают 35 тыс. рублей, но официальная (белая) зарплата только 8 тыс. рублей, остальное в конверте. Третья компания предлагает зарплату 40 тыс. рублей без юридически значимого контракта, то есть зарплата в конверте и работодатель не отчисляет страховые взносы. Какую компанию Вы выберете? (один ответ)
- Первую компанию с полностью белой зарплатой
- Третью компанию с зарплатой в конверте
- Вторую компанию с частично белой зарплатой и частично зарплатой в конверте

