

■ ■ ■ Развитие диалога в сети как новый формат PR-деятельности органов власти

Конов В.В.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), Москва, Российская Федерация.

Аннотация. В статье рассматриваются тенденции развития и проблемы цифровой трансформации в области PR-деятельности органов власти. Выявлена и обоснована необходимость активного развития в интернет пространстве сбалансированной связи с общественностью со стороны органов власти. Автор исходит из предположения, что интернет для работника PR-службы является новой информационной реальностью, оказывающей существенное влияние на механизмы управления общественным мнением. Открытый диалог, построенный на постоянной и совершенствующейся основе, в параллель развитию интернет технологий, является основой сбалансированной и максимально эффективной связи органов власти с общественностью. На основе проведенного исследования автор приходит к выводу, что консервативной системе государственной службы необходимо адаптироваться к информационным запросам аудитории, предлагая адекватный перечень удобных интерактивных сервисов и легко воспринимаемые форматы взаимодействия.

Ключевые слова: интернет, общественность, цифровая трансформация, цифровизация, органы государственной власти, связи с общественностью, интернет-коммуникации, PR-служба

Для цитирования: Конов В.В. Развитие диалога в сети как новый формат PR-деятельности органов власти // Коммуникология. 2021. Том 9. №1. С. 112-126. DOI 10.21453 / 2311-3065-2021-9-1-112-126.

Сведения об авторе: Конов Валерий Викторович – магистрант кафедры Общественных связей и медиаполитики Института государственной службы и управления РАНХиГС. Адрес: 119571, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 84. E-mail: v.konov@bk.ru.

Статья поступила в редакцию: 26.01.2020. *Принята к печати:* 10.03.2021.

Предпосылки развития интернет-коммуникаций

Активно меняющаяся информационная среда влияет на все общественные процессы без исключения. По данным отчета о состоянии цифровой сферы Digital 2021, число людей в РФ, использующих интернет на начало 2021 года, составляет более 124 млн. В сравнении с аналогичным периодом 2020 г. количество пользователей интернета в Российской Федерации в 2021 г. увеличилось на 6,0 млн. (+5,1%). В январе 2021 года в нашей стране было 99 млн. пользователей социальных сетей, их количество за год увеличилось на 4,8 миллиона (+5,1%). В январе 2021 года количество пользователей социальных сетей в Российской Федерации составило 67,8% от общей численности населения [Керп].

Очевидно, что нынешний кризис COVID-19, это сильнейшее испытание, с которым столкнулась вся мировая финансово-экономическая система, долгосрочные последствия которого до сих пор неизвестны и с трудом прогнозируются. Влияние на экономику зеркально отражается на обществе в целом, что трансформирует коммуникации органов государственной власти с общественностью. Государственное управление в данных условиях обязано соответствовать запросам общества и в некоторой степени быть законодателем мод в области интернет-коммуникаций. За последний 2020 год в PR-деятельности органов власти сделан упор на интернет-коммуникации, объем которых за сопоставимый период нескольких предыдущих лет увеличился в разы. Причинами активного перехода в интернет пространство явились не только необходимость дистанционного взаимодействия в условиях пандемии, но и общий революционный тренд цифровой трансформации в обществе, который был заложен в нашей стране значительно раньше. Увеличивающийся поток информации является тем ресурсом, который обеспечивает качественную жизнедеятельность общества и государства. Указом Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. N 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года»¹ цифровизация наряду с другими национальными приоритетами, в числе которых сохранность населения, обеспечение его здоровья и благополучия, создание возможностей для самореализации, развития талантов, комфорт и безопасная среда для жизни людей; право на труд и предпринимательство, закреплена как одна из приоритетных национальных целей развития Российской Федерации на ближайшие десять лет.

Выявлено, что изначально активнее всего в нашей стране начала развиваться коммуникационная среда социальных сетей, собственно социальные сети задали основной вектор направления развития цифровой трансформации. В чем же преимущества социальных сетей перед другими масс-медиа, делающие сети наиболее эффективным механизмом политической мобилизации и пропаганды? В первую очередь, интерактивностью, ведь если газеты, журналы, радио, телевидение, по преимуществу монологичны, то интернет-пространство превращает человека в соучастника событий; сети изначально требуют выразить отношение человека к происходящему, и, главное, предоставляют для этого выражения различные необременительные возможности. Лайки, репосты, клики не требуют от сетевой личности большого труда, но включают ее в данное событие, создают иллюзию соучастия и сопричастности [Кириллина 2017; 2020]. Потенциал информационно-пропагандистского воздействия социальных сетей не в пример другим СМИ чрезвычайно высок, ведь в интернете можно перепроверить информацию, ознакомиться с другими позициями, найти первоначальный источник новостей [Могилевская]. Социальные сети – это так же от-

¹ Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. N 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года»: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&firstDoc=1&lastDoc=1&nd=102792289>.

личная возможность проявления социальной активности со стороны населения. Технологически создание группы или канала стало общедоступной и простой задачей. И население, зачастую по собственной инициативе, всё активнее объединяется и создает каналы, с целью решения определенных остросоциальных и общественно-значимых задач. Для PR-служб всех уровней органов государственной власти социальные сети являются эффективным инструментом для проведения интернет-коммуникаций с общественностью. Именно этим инструментом, при грамотной организации работы по взаимодействию с гражданами и СМИ, возможна реализация задачи максимальной информационной открытости власти. При этом контент социальных сетей обязывает PR-службы очень чутко отслеживать и своевременно реагировать на вопросы общественности, проявлять PR-активность, формируя собственную повестку. Интернет позволяет целенаправленно воздействовать на аудиторию с целью выработки и закрепления у населения позиции по различным вопросам внесенной в повестку органами власти.

Необходимо отметить, что совсем недавно существовало только две основные формы коммуникаций с общественностью, относящихся к социально-речевой практике, это устная и письменная. С продвижением цифровых технологий появилась новая, очень быстро развивающаяся коммуникация – устно-письменная, которая может выражаться в различных трансформациях, с усилением или уменьшением одного из признаков устной или письменной речи. Устно-письменная (дигитальная) коммуникация наиболее молодой вид коммуникации, устно-письменное взаимодействие с гражданами органами власти стало развиваться не так давно. PR-службы властных структур и сами политики осознали необходимость присутствия в социальных сетях и блогосфере. Данный вид коммуникации позволяет наиболее быстро взаимодействовать с гражданами, в том числе и в формате online. По сути, блог, это любое активное интерактивное присутствие гражданина в сети интернет, которое выражается в личной публикации выбранной информации. Блог можно рассматривать как веб-сайт, основное содержимое которого, регулярно добавляемые новости, содержащие текст, изображения и мультимедиа. Дополнительной особенностью блога является расположение новостей в хронологическом порядке: более новые над более старыми [Шибанова]. До последнего времени в системе составления информационных сообщений для внешней аудитории наблюдался определенный консерватизм, но все чаще официальные сообщения получают позитивный настрой, это связано с тенденциями развития интернет-коммуникаций.

Широко распространяется графическая передача звуков и слогов цифрами – пиктограммы, эмодзи, смайлики, которые так же активно вошли в обиход социальных сетей, сокращая слова и выражая эмоции пользователя. «Эмодзи», это японское слово, в переводе «картинки с характером». В 2015 г. по версии Оксфордского словаря, именно смайлик, картинка «эмодзи» стало словом года. Социальные сети охотно принимают и используют графический язык передачи эмоций, который продолжает свое развитие.

Работа PR-служб органов государственной власти в основном завязана на письменной коммуникации, это же касается форм подачи информации. Специалисты служб по связям с общественностью выбирают и делают ставку преимущественно на цитаты ньюсмейкеров. Заголовки пресс-релизов и итоговые материалы СМИ это демонстрируют. В PR-текстах жанрового предпочтения нет, совершенно разные жанры и форматы переплетаются без каких либо устоявшихся правил и требований. И только последние десять лет органы государственной власти начали использовать более широкий круг элементов присущих и PR, и рекламным, и журналистским коммуникациям. Процессы конвергенции способствовали модификации жанров, видоизменению и влиянию на процессы унификации информационных материалов. Выпускаемая PR-службой информация способна подходить под формат разнородных по тематике СМИ. При этом серьезным недочетом в работе служб по связям с общественностью органов государственной власти до сих пор является концентрация внимания на работе только с исходящей информацией. Конечно исходящая информация, это важный фронт работы PR-специалиста, но отсутствие внимания к входящей информации и внешним источникам грозит снижением уровня компетентности в ведении вопросов текущей повестки. Входящая информация позволяет оценивать общественные настроения, анализировать и прогнозировать вариативность поведения населения по важным, в т.ч. социальным вопросам и проблемам.

Современный PR так же развивается с процессом трансформации и развитием новых видов коммуникаций. PR-жанры преобразуются, трансформируясь под влиянием окружающей медиасреды. Как отмечал в своих работах В.С. Комаровский: «PR – это неотъемлемая часть эффективного управления любой организованной формой деятельности, как частной фирмы, так и государства в целом» [Комаровский: 71]. Интернет оказался лучшим средством взаимодействия в медийной среде, с момента его появления он значительно отодвинул и продолжает оттеснять остальные средства на второй план.

Формируется новый коммуникационный процесс в работе органов власти, очевидно что это способствует видоизменению восприятия властных структур. Развитие интернет технологий определяет становление новой политической технологии, которая уже сейчас выводит политический процесс на более качественный уровень. В данных условиях PR-службам важно сохранить и развивать имеющийся уровень диалога с гражданами на постоянной основе. Для PR-служб интернет является пространством, открывающим доступ к быстрой и действенной коммуникации, и характеристики этого пространства сегодня необходимо эффективно развивать и использовать.

Проблемы развития цифровой трансформации, реализуемые и планируемые решения

Можно уверенно констатировать, что цифровизация коммуникации является неотвратимым процессом, который последовательно развивается. В каж-

дой отрасли экономики цифровая трансформация развивается в своем сценарии и уровень его успешности напрямую зависит не только от позитивных экономических показателей но и от готовности общества к её принятию. В обществе сложилось множество стереотипов, которые мешают развитию цифровизации. К основным из них можно отнести:

- уверенность, что человек надежнее и замещение человеческих отношений искусственным интеллектом неприемлемо;

- страх за потерю конфиденциальной информации и вторжение в личную жизнь человека;

- сомнения в надежности, страх перед возможными проблемами в работе техники с последующими сбоями и негативными последствиями;

- и давно пугающий сценарий из фантастических и околонуточных рассуждений о выходе машин из под контроля, с последующим захватом и даже уничтожением человечества искусственным интеллектом. При этом доля людей положительно относящихся к развитию искусственного интеллекта и процессу становления цифровизации неуклонно увеличивается.

Выявлено, что причинами, влияющими на изменение отношения к цифровой трансформации, является практический, положительный опыт пользователей во многих областях применения по следующим основным элементам:

- электронный доступ к получению государственных услуг;

- интернет банкинг – онлайн банковские услуги, электронные платежи;

- медицинские услуги – электронная запись на прием через интернет, электронное досье пациента, перспективный дистанционный мониторинг пациента, и т.д.;

- электронная коммерция – в первую очередь, это онлайн маркетинговые услуги;

- интернет новости – электронные газеты, информационные обзоры, интернет-радио, и т.д.;

- интернет телевидение;

- сфера досуга и развлечений;

- интернет реклама.

Очевидно, что удобство, а с ним положительные эмоции пользователей [Кириллина 2020], формируют спрос на предоставление, а главное развитие качественных сервисов. Людям есть с чем сравнивать, ведь совсем недавно приходилось тратить много времени в очередях на оформление любой государственной услуги перечень которых достаточно значителен. А сейчас, автоматически сформированная заявка обрабатывается в регламентированный срок, и человеку остается только произвести онлайн платеж пошлины или налога, а затем явиться в государственное учреждение в выбранное им время, что бы забрать готовый документ. Конечно, это революционные изменения, которые активно обсуждаются в обществе, причем в положительной риторике, тем самым расширяя и вовлекая в пользовательский круг новых людей, даже тех кто был стойким противником развития цифровизации.

Выявлена глобальная проблема цифровой трансформации в нашей стране, в основе которой лежит низкий уровень цифровой грамотности населения. Особо остро эта проблема стоит перед гражданами среднего и пожилого возраста. На государственном уровне решение данной задачи закреплено на законодательном уровне и определено как направление деятельности за ответственными ведомствами. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации ведет работу по оценке текущего состояния и перспектив изменения уровня цифровой грамотности населения Российской Федерации. Был разработан и выполняется план деятельности Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации на период 2013-2018 годов, утвержденный приказом Минкомсвязи России № 242 от 9 сентября 2013 года¹. Значимым в этой области является и Приказ Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 28 июля 2014 г. № 226 «Об утверждении критериев медиаграмотности и методики оценки уровня медиаграмотности населения»². Уровень цифровой грамотности населения Российской Федерации в 2018 году составил 58%. К 2024 году этот показатель должен быть доведен до 75%. Ответственными за выполнение данной задачи назначен Департамент государственной политики в области средств массовой информации.

Но следует принять во внимание, что помимо устранения цифровой безграмотности стоит не менее важная задача изменения традиционного сознания пользователей, для которых привычной является работа с материальными, а не цифровыми объектами. В основном сознание изменяется по мере развития цифровой грамотности и происходит это постепенно. Интернет-коммуникация органов власти с населением так же способствует в перестроении общества и изменении сознания от традиционного к восприятию цифровых новшеств.

Потребность в развитии PR-деятельности с использованием интерактивной коммуникации обуславливает выделение ресурсов на развитие кратных увеличившимся потребностям. Это предполагает выделение значительного объема времени на обработку увеличивающегося потока входящей и исходящей информации, поддержание и развитие уровня технологического состояния информационно-коммуникационных ресурсов, качественное и своевременное регулирование уровня знаний персонала, участвующего в работе. При внедрении новых платформ взаимодействия с населением времени на переобучение персонала для последующего обслуживания информационных ресурсов ничтожно мало.

¹ Сайт Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации / страница Департамента государственной политики в области средств массовой информации: <https://digital.gov.ru/ru/ministry/departments/50/>.

² Медиа Цифровая грамотность // Сайт Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/540/>.

На сегодняшний день очевидны явные проблемы требующие скорейшего решения:

- недостаточность ИТ-инфраструктуры, это касается как технической составляющей так и программных продуктов;

- нехватка грамотных ИТ-специалистов, способных качественно проектировать, обслуживать увеличивающуюся ИТ-инфраструктуру и поддерживать стабильную работу сервисов;

- необходимость изменений парадигм в управлении PR-деятельностью в органах государственной власти. На сегодняшний день в редких государственных структурах внесены изменения или корректировки в положения о работе PR-служб в части задач и функций связанных с цифровой трансформацией. И даже те редкие изменения, которые были внесены, к сожалению являются не ясными и не исчерпывающими;

- расширение доступа к широкополосному интернету, в т.ч. мобильному интернету, как основному драйверу способному дать высокий импульс экономического прорыва и вовлеченности населения в процесс цифровой трансформации.

Стоит отметить, что если вопрос оснащенности ИТ-инфраструктуры решается достаточным финансированием для обновления и увеличения технических ресурсов, то проблема дефицита специалистов более сложная и требует особого внимания. В первую очередь, это стимулирование молодых специалистов и создание условий для их сохранения в стране и предотвращения оттока за рубеж.

Во время пандемии цифровая эволюция вносит свой вклад в экономическую устойчивость, но не является панацеей от негативных экономических последствий всеобщего социального дистанцирования. В то время как высокий уровень цифровой трансформации, безусловно, помогал большинству экономик, его способность смягчить удар зависела от качественного состава экономик.

Развитые в цифровом отношении страны, особенно страны с высокой степенью доверия к цифровым технологиям, вступили в пандемию с некоторыми явными преимуществами и, как можно ожидать, переживут ее. В дополнение к преимуществам рабочей силы, более готовой к переходу в интернет, а также цифровых платформ, готовых помочь людям работать, учиться, делать покупки и играть онлайн, развитые страны, как правило, богаче, с большим количеством ресурсов, что смягчит экономический удар. Экономика развивающихся стран оказалась в невыгодном положении, столкнувшись с особенно жестким выбором времени, глубины и продолжительности изоляции и мер социального дистанцирования [Chakravorti, Chaturvedi, Filipovic, Brewer: 39-43].

По данным интерактивного исследовательского отчета, который индексирует доверие к цифровой экономике и ее эволюцию в 90 странах во время пандемии COVID-19 «Индекс Цифрового Интеллекта» проведенного Школой Флетчера при Университете Тафтса, Бостон в партнерстве с компанией Mastercard, наша страна входит в состав наиболее перспективных стран по уровню цифровизации. В исследовательской работе было задействовано 160 индикаторов, целью

которых было отслеживание четырех главных факторов: предложение, спрос, институты и инновации [Digital Intelligence Index].

Необходимо взять во внимание опыт азиатских стран, таких как Вьетнам, Индия и Китай, который показывает, что мобильный доступ в интернет стал мощным двигателем развития и является самым быстрым путем вовлечения населения в пользовательскую среду. На сегодняшний день инвестиции в развитие мобильного интернета имеют максимальную окупаемость, это несомненно стимулирует инвесторов вкладываться в данное направление, что успешно сокращает дефицит мобильного интернета. Во всем мире Китай лидирует в области развития мобильного интернета, опережая западных конкурентов в области мобильных технологий. Секрет успеха в сочетании экономического роста и крупных инвестиций в инфраструктуру 4G, а также лидерство на конкурентном рынке мобильных телефонов, за счет таких компаний как Xiaomi, Oppo, Huawei и Vivo. Можно сделать прогноз, что опережая остальных в области мобильных платежей, электронной коммерции и кредитовании через мобильные сервисы, Китай будет мировым лидером в создании и экспорте мобильных технологий в ближайшее десятилетие.

В Российской Федерации мобильный интернет есть, но его недостаточно. Предполагаем, что он будет продолжать развиваться и так же как в странах Азии будет драйвером становления цифровизации в нашей стране. Основным пользователем и заказчиком мобильного интернета является общественность, и это конечно учитывается PR-службами органов государственной власти в построении стратегии и политике интернет-коммуникаций. Уже сегодня активно разрабатываются и внедряются мобильные приложения различных интернет сайтов и платформ по оказанию государственных услуг и сервисов для мобильного интернета. Но необходимо помнить, что мобильный интернет и мобильный телефон, это только первый шаг к раскрытию преимуществ цифровизации.

Пандемия позволила усвоить важный урок, а именно то, что высокое качество доступа к интернету и уровень технической оснащенности пользователей напрямую влияют на качество дистанционного обучения и работы. Надежный наземный широкополосный доступ и лучшие устройства: современные ноутбуки, планшеты или настольные компьютеры, это ключевой фактор устойчивости экономики во времена сильной зависимости от цифровых технологий. В такой среде учиться и работать в интернете намного проще, чем на одном смартфоне. Мобильный интернет хорошо подходит для более пассивных действий потребления, таких как прокрутка социальных сетей, чтение новостей, общение в мессенджерах и тому подобное. Персональный компьютер с надежным широкополосным подключением остается самым важным инструментом, являющимся орудием стабильной экономики.

Очевидно, что страны с развитой цифровой экономикой, как правило, лучше предоставляют государственные услуги в режиме онлайн из-за превосходной инфраструктуры и развитой доступности к интернету. Для таких стран характерен охват цифровой трансформации огромных частей государственного секто-

ра и эффективность данного взаимодействия на сегодняшний день не имеет сопоставимой конкуренции. Цифровая трансформация государства должна основываться на цифровизации компаний, являющихся базовыми концентраторами развития. По сути это зарождающейся скелет новой, цифровой жизни. Процесс становления имеет эволюционный характер и развитие его в обществе идет повсеместно. Пока наша страна имеет ограниченные ресурсы и важной задачей государства является их разумное распределение, способствующее гармоничному развитию цифровой экономики.

Выявлено, что Российские банки, по оценке консалтинговой компании Boston Consulting Group (BCG), оказались значительно лучше подготовленными к пандемии коронавируса COVID-19, чем иностранные – результаты исследования обнародованы 21 апреля 2020 года [Grasshoff, Coppola, Pfuhrer, Bochtler, Gittfried, Vogt, Wiegand]. Внедрение онлайн банкинга, это яркий пример формирования концентратора в качестве средства развития и продвижения собственного цифрового продукта. Государственные сайты активно внедряют функцию онлайн оплаты налогов и государственных услуг и активно взаимодействуют с банками.

Так же примером качественного освоения цифрового пространства является внедрение портала государственных услуг Российской Федерации – Госуслуги. Разработчики понимая, что с позиции пользователя доступ ко всем услугам удобен из одного окна, реализовали данный принцип на одной платформе. В каталог государственных сайтов включены официальные информационные интернет-ресурсы, посвященные деятельности фактически всех государственных ведомств. Навигация в каталоге организована таким образом, чтобы вы могли быстро найти нужное ведомство и его контактную информацию, ознакомиться с предоставляемыми услугами или перейти на официальный сайт¹. Уже сейчас в режиме онлайн государственные органы уведомляют пользователя о сроках окончания действия документов и необходимости их продления, заблаговременно предоставляют расчеты к оплате налогов, данные о пенсионных накоплениях, предоставляется информация о местных услугах района, округа, города и региона. Пользователь же может подавать документы на получение паспортов, как внутреннего так зарубежного; подать документы на получение разрешения на ношение оружия; регистрацию водительских удостоверений и поставке автомобиля на учет; записать ребенка в школу и на кружки; обратиться в фонд занятости и найти работу; записаться к врачу; оплатить штраф и многое, многое другое. Государство нацелено в ближайшей перспективе в электронный формат перевести до 95% государственных услуг. Практика внедрения сайтов показывает, что данная цель вполне реализуема и востребована. Из внедренных за последнее время 48 новых услуг, доля онлайн-обращений доходит до 90%, это подтверждает то, что данный формат принят населением и одобрен. Очередная, обновленная версия портала заработает в марте 2021 года, она долж-

¹ Концепция функционала сайта // Официальный сайт Государственных услуг Российской Федерации: <https://www.gosuslugi.ru>.

на стать более технологичной и трансформироваться в сторону ускорения процессов проверок и межведомственного согласования. Это означает, что пользователь сможет в кратчайшие сроки получить услугу или необходимую справку в один клик без утомительной беготни по сбору дополнительных сведений и справок для их выдачи.

В активной фазе находится реализации государственными органами задача перехода документов с бумажных носителей в электронный формат. Уже реализован переход в электронный формат: трудовых книжек, СНИЛС, свидетельств о праве на собственность, медицинских карт, сертификатов на материнский капитал, страховок ОСАГО, и др. В тестовом режиме реализуется переход в электронный формат внутренних паспортов и водительских удостоверений. Число электронных документов будет увеличиваться по мере продвижения электронной практики и формирования базы данных сведений в государственных информационных системах, которые обеспечат качественный и безболезненный переход от бумажных документов.

На сегодняшний день государство понимает важность дальнейшего развития ИТ-технологий и активно поддерживает их развитие в нашей стране. «Мы планируем создать на конкурсной основе шесть крупных исследовательских центров, которые будут работать в области ИТ-технологий. На эти цели мы выделяем, может быть, трудно сопоставимые с теми деньгами, которые выделяются в других местах и в других странах, но все-таки для нас это приличные ресурсы, до 2024 года шесть миллиардов рублей мы планируем выделить на эти цели. Вот по этому пути мы будем идти, создавая, в том числе, не только административно, но и насыщая их необходимой техникой, оборудованием, привлекая лучших специалистов, надеюсь, в том числе и из-за рубежа. Это я исхожу из того, что и вам, может быть, представится возможность и будет интерес приехать и пообщаться со своими коллегами, поработать вместе. Да, такие примеры работы в некоторых сферах — спасибо за поднятый палец — со специалистами из других стран у нас есть», — рассказал Владимир Путин¹.

С началом года реализуются разработанные меры поддержки ИТ-отрасли. Начиная с 1 января 2021 года вступил в силу и действует «налоговый маневр»:

- налог на прибыль для компаний ИТ-отрасли снижается с 20% до 3%;
- страховые взносы в фонд оплаты труда уменьшается с 14% до 7,6%;

– так же НДС для разработчиков из реестра отечественных решений будет равен нулю.

Малый и средний бизнес получил 1 трлн. рублей поддержки. Это те меры, которые направлены на поддержание отрасли в период пандемии, а так же на стабилизацию кадрового состава ИТ-индустрии, т.е. одно из решений проблемы кадрового дефицита о чем говорилось ранее, и привлекательности индустрии для потенциальных инвесторов.

¹ Путин В.В. Выступление на онлайн-конференции посвященной искусственному интеллекту 04.12.2020 г.: <https://youtu.be/39IENEyhuTs>.

Органы государственной власти в становлении цифрового общества

Участие органов государственной власти в становлении цифрового общества оценивается как существенное. Тематические сайты органов власти разработаны и действуют с разным уровнем функциональности. Сайты федеральных органов власти консолидированы на платформе Государственные услуги. Некоторые сайты интегрированы в единое информационное пространство, некоторые, в основной массе региональные, пока взаимосвязаны гиперссылками. Тем не менее идет постоянная работа по унификации и объединению рабочих пространств, улучшаются технологии. Я. Ариэль и Р. Авидар определяют, не только технологические особенности платформы определяют ее уровень интерактивности и коммуникабельности, но и характеристики ее пользователей [Ariel, Avidar].

Выявлено, что коммуникационная система, построенная на системном учете мнения и потребностей населения, способна грамотно реагировать и взаимодействовать на всех уровнях власти. PR-активность органов государственной власти по средствам интернет-коммуникаций направлена воздействовать на все слои населения и в обязательном порядке должна учитывать специфику особенностей населения нашей необъятной страны, людей с разным укладом жизни. Все это влияет на направления работы PR-служб, ведь именно они определяют потребность населения и реагируют изменениями в ещё формирующемся виртуальном пространстве.

Определены основные направления работы PR-подразделений органов власти, реализованные и активно продвигаемые в цифровом пространстве:

- выстраивание и организация коммуникаций с общественностью. Формирование постоянного, двустороннего диалога с аудиторией и СМИ;
- расширение линейки сервисов государственных услуг и их продвижение, с акцентом на прямой диалог с властью;
- модернизация существующих систем, направленная на увеличение эффективности работы государственных органов и служб;
- формирование информационной повестки, повышающей открытость органов власти и способствующей формированию лояльных общественных настроений;
- сбор, изучение и анализ общественных настроений и мнений. Службы по связям с общественностью изучают информационные предпочтения населения и социальных групп, анализируют и прогнозируют их потребности;
- разработка, утверждение и последующее сопровождение информационной политики органов власти, как результат изучения и анализа предпочтений и потребностей населения;
- организация и реализация информационных мероприятий и программ, в рамках PR-деятельности государственных органов власти.

Таким образом, новые цифровые технологии проникают во все сферы человеческих отношений. Процесс становления цифрового общества в обязательном порядке должен учитывать, что каждый гражданин-пользователь свободен в вы-

боре источника информации, сам определяет для себя информационные потребности и оценивает качество получаемой информации. Формируются предпочтения, вкус и культура интернет аудитории. Развитие всех направлений цифровизации и интернет-технологий модифицирует не только коммуникационные процессы но и корректирует институты власти в отношении демократических практик. Каждый гражданин-пользователь становится партнером, который напрямую формирует вопросы и задачи органам государственной власти. Гражданин, общественные группы участвуют в формировании повестки, участвуют в вопросах принятия управленческих решений органами власти. Ответом со стороны органов власти должна быть доступная и легко воспринимаемая информация, учитывающая интересы всех сторон. Перед органами государственной власти стоит важная задача правильного позиционирования себя в медийном интернет пространстве и формирования общественного доверия к проводимой ими политике.

Следовательно, службам связи с общественностью органов государственной власти при формировании повестки и проведении различных форм PR-активности необходимо учитывать информационные предпочтения целевых групп населения, в т.ч. по территориальным и национальным признакам. В реализации данной задачи PR-службы должны стремиться к максимально прозрачному, открытому и доверительному диалогу с общественностью. Д.В. Афанасьев отмечает, что доверие является ключевым показателем отношения общества к политике государства, необходимым условием жизнеспособности политической системы [Афанасьев].

Интернет-коммуникации позволяют в реальном времени вести открытый диалог с максимально широким кругом общественности. Формируемый силами PR-служб контент информационного ресурса или веб-сайта в обязательном порядке должен иметь качественную обратную связь. Профессор Ф.И. Шарков указывает, что одним из «важнейших показателей развития государственности, и прежде всего в социальной сфере, является интенсивность и широта его информационно-коммуникативной активности» [Шарков]. Интернет-коммуникации кардинально видоизменяют информационное пространство, меняют основы коммуникаций с гражданами, ставят перед PR-службами совершенно новые задачи и требования, взвешенной и планомерной деятельности в силу высокой социальной ответственности органов государственной власти. Так же необходимо учитывать, что современное медиaprостранство очень чувствительно и формирует общественное мнение мгновенно и безапелляционно. Нельзя забывать, что в социальных медиа распространяется как публичная, так и приватная информация, что требует дополнительного правового регулирования [Hart]. Любое неподготовленное высказывание представителя властных структур, тем более имеющее приватные свойства, способно пошатнуть не только авторитет конкретного лица, но и целого органа власти, от лица которого он выступает.

Интернет для работника PR-службы, это новая и очень мощная информационная реальность, оказывающая существенное влияние на механизмы управления восприятием. И только выстроенный PR-службой на постоянной и совер-

шенствующейся основе открытый диалог, в параллель развития интернет технологий, является гарантом сбалансированной и максимально эффективной связи с общественностью со стороны органов власти. Учитывая скорость развития и распространения интернет-коммуникаций, PR-службам необходимо все больше и больше времени и внимания уделять этому направлению коммуникаций.

Таким образом, интернет сегодня позволяет PR-службам мгновенно получать обратную связь с аудиторией и реагировать на ее запросы, это совпадает с задачами органов власти выстраивать работу исходя из потребностей и запросов граждан. Развивающиеся интернет технологии и коммуникации помогают совершенствовать уровень качества предоставления государственных услуг, открывают новые, ранее недоступные для населения сервисы. В этом быстро развивающемся цифровом мире органам государственной власти в своей PR-деятельности важно постоянно поддерживать уровень необходимых знаний специалистов PR-служб, а так же следует выстраивать модель коммуникаций соответствующую с новой формирующейся медиасредой.

Вывод

Расширяющийся поток информации, её доступность, увеличение источников получения информации, участие граждан в процессе открытого диалога требует со стороны государственного контента постоянного совершенствования, способного соответствовать информационным запросам общественности. Для российской общественности развитие процессов интернет-коммуникаций с органами государственной власти определяет новый уровень реализации своих прав, при значительном снижении затрат и времени, обход бюрократических препон чему способствует минимизация человеческого фактора. А самое главное ощущение каждого человека, что он может напрямую обратиться к государству и быть услышанным. Конечно, это возможно только при обеспечении, развитии и совершенствования двусторонней, сбалансированной связи с общественностью со стороны органов власти, что определяет широкий фронт предстоящей работы PR-служб органов государственной власти.

Источники

Афанасьев Д.В. (2014). Общество и власть: поиск путей формирования взаимного доверия // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. № 5. С. 173–178.

Кириллина Н.В. (2017). Символический обмен как системная характеристика коммуникативных практик // Поведенческая экономика современности и формирование рынков будущего. Материалы VII международной социологической Грушинской конференции 15-16 марта 2017 г. С. 1701-1703.

Кириллина Н.В. (2020). Феномен вовлеченности как отражение социального потенциала коммуникации // Коммуникология. Том 8. №1. С.27-33.

Комаровский В.С. (2003). Государственная Служба и СМИ. Воронеж: Издательство ВГУ.

Могилевская Г.И. (2016). Мобилизационный потенциал социальных сетей в современных информационных войнах / Г.И. Могилевская // Молодой ученый. №6 (110). С. 871-873 [эл. ресурс]: <https://moluch.ru/archive/110/26957/>.

Шарков Ф.И. (2014). Информационно-коммуникационная парадигма развития российской государственности // *Коммуникология*. Т.3. №1. С. 111-119.

Шибанова Ю.В. (2015). Коммуникативные практики служб по связям с общественностью органов власти в сети интернет // *Вестник Нижегородского Университета им. Н.И. Лобачевского*. Нижний Новгород.

Ariel Y., Avidar R. (2015). Information, Interactivity, and Social Media. *Atlantic Journal of Communication*. No. 23. P. 19-30.

Chakravorti B., Chaturvedi R.S., Filipovic C., Brewer G. (2020). Digital in Time of COVID. The Fletcher School at Tufts University [access mode]: <https://sites.tufts.edu/digitalplanet/files/2020/12/digital-intelligence-index.pdf>

Digital Intelligence Index (2020). исследование Школы Флетчера при Университете Тафтса, Бостон [access mode]: <https://digitalintelligence.fletcher.tufts.edu/trajectory>.

Grasshoff G., Coppola M., Pfuhrer T., Bochtler S., Gittfried N., Vogt P., Wiegand C. (2020). Global Risk 2020: It's Time for Banks to Self-Disrupt. Boston Consulting Group (BCG) [access mode]: <https://www.bcg.com/ru-ru/publications/2020/global-risk-time-for-banks-to-self-disrupt>.

Hart C.E. (2017). Social Media Law: Significant Developments. *The Business Lawyer*. No. 72. P. 235-242

Kemp S. (2021). Digital 2021: Global Digital Overview. The Russian Federation. 11 Feb. 2021 [el. source]: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-russian-federation?rq=digital-2021>.

■ ■ ■ Dialogue in Internet Channels as a New Trend in PR Activity of Public Authorities

Konov V.V.

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPА), Moscow, Russia.

Abstract. The paper represents the author's view on the development trends and issues of digital transformation in the field of PR activities of government bodies. The author reveals and substantiates the need for active development in the Internet space of balanced communication of the authorities with the citizens. The author proceeds from the assumption that for a PR-service employee, the Internet is a new information reality that has a significant impact on the mechanisms of public opinion management. An open dialogue, built on a constant and improving basis, in parallel with the development of Internet technologies, is the basis for a balanced and most effective communication between the authorities and the public. Based on the study, the author comes to the conclusion that the conservative system of civil service needs to adapt to the information needs of the audience, offering an adequate list of convenient interactive services, easy messages and formats of interaction.

Keywords: internet, digital transformation, digitalization, government bodies, public relations, internet communications, PR service

For citation: Konov V.V. (2021). Dialogue in Internet Channels as a New Trend in PR Activity of Public Authorities. *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 1. P. 112-126. DOI 10.21453/2311-3065-2021-9-1-112-126.

Inf. about the author: Konov Valery Viktorovich – graduate student at the Department of Public Relations and Media Policy of the Institute of Public Administration and Administration, RANEPA. Address: 119571, Russia, Moscow, Vernadsky av., 84. E-mail: v.konov@bk.ru.

Received: 26.01.2020. *Accepted:* 10.03.2021.

References

- Afanasyev D.V. (2014). Society and Power: Search for Ways to Form Mutual Trust. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*. No. 5. P. 173-178 (In Rus.).
- Ariel Y., Avidar R. (2015). Information, Interactivity, and Social Media. *Atlantic Journal of Communication*. No. 23. P. 19-30.
- Chakravorti B., Chaturvedi R.S., Filipovic C., Brewer G. (2020). Digital in Time of COVID. The Fletcher School at Tufts University [access mode]: <https://sites.tufts.edu/digitalplanet/files/2020/12/digital-intelligence-index.pdf>
- Digital Intelligence Index (2020). Study of the Fletcher School at Tufts University, Boston [access mode]: <https://digitalintelligence.fletcher.tufts.edu/trajectory>.
- Grasshoff G., Coppola M., Pfuhrer T., Bochtler S., Gittfried N., Vogt P., Wiegand C. (2020). Global Risk 2020: It's Time for Banks to Self-Disrupt. Boston Consulting Group (BCG) [access mode]: <https://www.bcg.com/ru-ru/publications/2020/global-risk-time-for-banks-to-self-disrupt>.
- Hart C.E. (2017). Social Media Law: Significant Developments. *The Business Lawyer*. No. 72. P. 235-242
- Kemp S. (2021). Digital 2021: Global Digital Overview. The Russian Federation. 11 Feb. 2021 [el. source]: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-russian-federation?rq=digital-2021>.
- Kirillina N.V. (2017). Symbolic exchange as a system characteristic of communicative practices. In: Behavioral Economics and Future Markets Formation. Materials of the VII International Sociological Grushin Conference, March 15-16, 2017. P. 1701-1703 (In Rus.).
- Kirillina N.V. Engagement as a reflection of communicative potential. *Communicology (Russia)*. 2020. Vol. 8. No.1. P. 27-33. DOI 10.21453 / 2311-3065-2020-8-1.
- Komarovsky V.S. (2003). Government Service and Mass Media. Voronezh: Voronezh State University Publishing House (In Rus.).
- Mogilevskaya G.I. (2016). The mobilization potential of social networks in modern information wars / G.I. Mogilevskaya. *Young scientist*. No. 6 (110). P. 871-873 [el. source]: <https://moluch.ru/archive/110/26957/> (In Rus.).
- Sharkov F.I. (2014). Information and communication paradigm of the development of Russian statehood. *Communicology*. Vol.3. No.1. P. 111-119 (In Rus.).
- Shibanova Y.V. (2015). Communicative practices of public relations services of authorities on the Internet. *Bulletin of Lobachevsky Nizhny Novgorod University*. Nizhny Novgorod (In Rus.).