■ ■ ■ Влияние медиаконвергенции на субъектов публичного управления в России¹

Василенко Л.А.¹, Молчанова О.И.²

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

2. Санкт-Петербургский государственный экономического университет, Санкт-Петербург, Российская Федерация.

Аннотация. Цель статьи состоит в представлении социологического портрета субъекта управления в цифровом обществе. На основе анализа текстов российских СМИ и русскоязычных социальных сетей и глубинного интервью с руководителями редакций СМИ авторами получены следующие результаты: феномен медиаконвергенции проявляется в необходимости учитывать в процессе управления те явления и тенденции, которые кардинально меняют жизнедеятельность социума, в частности, интеграцию между индивидами и цифровыми устройствами, что постепенно стирает границу между реальностью и виртуальным миром, приводя к необходимости приобретения субъектами управления новых навыков коммуникации, работы с информационными ресурсами, понимания цифровых угроз и знания способов защиты от них. Влияние медиаконвергенции проявляется в том, что российские субъекты управления, используя для входа в виртуальное пространство различные цифровые устройства, не указывают свои личные данные и могут действовать противоречиво, выступая в различных социальных ролях. Выводы: формирование цифровой цивилизации требует мониторинга становления социальных цифровых институтов, принципов интегрального коллективного разума и симбиотического интеллекта, включая ценностные основы, нормы, культуру поведения и взаимодействия, системы статусов и ролей. Субъекты управления не могут в виртуальном пространстве применять старые форматы командного стиля управления и административного давления. Поэтому необходима разработка специализированных форматов коммуникации в процессах осуществления публичного управления.

Ключевые слова: медиаконвергенция, субъект управления, публичное управление, цифровое общество, гибридная коммуникация, медиатизация, социология медиа

Для цитирования: Василенко Л.А., Молчанова О.И. Влияние медиаконвергенции на субъектов публичного управления в России // Коммуникология. 2021. Том 9. № 4. С. 40-52. DOI 10.21453/2311-3065-2021-9-4-42-52.

Сведения об авторах: Василенко Людмила Александровна – доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры организационного проектирования систем управления РАНХиГС, сопредседатель исследовательского комитета Российского общества социологов «Социология цифрового общества»; Молчанова Ольга

¹ Статья написана при поддержке РФФИ, грант № 20-011-00694 «Публичное управление как конфигурирование релятивных сетей в публичном пространстве цифрового общества».

Ильинична – кандидат педагогических наук, доцент кафедры международных отношений, медиалогии, политологии и истории Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Адрес: 119571, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 84. E-mail: vasilenkola@mail.ru; moi.2012@bk.ru.

Статья поступила в редакцию: 12.10.2021. Принята к печати: 19.11.2021.

Цифровые технологии обостряют необходимость пересмотра многих фундаментальных основ науки. Сегодня развиваются такие методологические направления как цифровая экономика, цифровое общество, цифровое образование, цифровая социология. Важнейшая характеристика современного цифрового общества – интегрированность коммуникативной среды, объединение множества типов технических устройств коммуникаций. В управлении сетевыми процессами используются большие данные (Big Data) и облачные вычисления, искусственный интеллект и интернет вещей, порождая последующие потоки изменений [Siebel]. Появился термин – E-lance Economy (электронная экономика) [Agrawal и др.]. Все это базируется на цифровых технологиях и научных достижениях на стыке гуманитарных и компьютерных наук.

Согласно глобальному исследованию¹, в 2021 году средний пользователь интернет ежедневно проводит в режиме онлайн практически рабочий день (7 часов), численность пользователей социальных сетей за последние 12 месяцев возросла на 13 % и составляет более 53 % всего населения мира, причем здесь не учтена информация о тех странах, которые в условиях пандемии не смогли предоставить свои данные. Пользователи, используя тесно сопряженные между собой мобильные телефоны, планшеты, персональные компьютеры, могут начать общение на одном устройстве, и затем свободно переключиться на другой вид коммуникации без дополнительных перенастроек. А это свидетельствует о новом характере взаимодействий и росте мобильности, которые меняют нашу жизнь, социальные отношения и темпоральность процессов в цифровом социуме. Медиа в жизни современного общества имеют огромное значение, без медиакомпоненты трудно представить любой социальный процесс, «что подтверждает статус современного общества как медиатизированного» [Дукин: 24]. Социальный феномен медиаконвергентного влияния приводит к необходимости в процессах управления и коммуникации учитывать, что «возникающие гибридные феномены представляют собой сложные сети и переплетения между индивидами, техническими устройствами и природными объектами одновременно», а «молодой человек представляет собой целостный *социо-цифровой гибрид*, предрасположенный к гибридным коммуникациям, в которых функционирование социально-культурных и цифровых компонентов слито воедино» [Кравченко: 16-17].

¹ DIGITAL 2021: Global digital overview [el. source]: <https://www.web-canape.ru/files/352/global-digital-overview-j.png> (дата обращения: 26.10.2021).

Методология и Методы

Междисциплинарный исследовательский подход обусловлен высокой сложностью и динамической изменчивостью современной социальной системы, а междисциплинарный научный диалог и соответствующие исследования не могут проводиться на основе простого сложения различных методологий, изначально разработанных в качестве «плацдармов для отвоевания различными дисциплинами территорий друг у друга» [Vasilenko: 62]. Этот феномен аргументируется тем, что невозможно простым сложением или слиянием соединить то, что базируется на принципиально разных основаниях. Но можно трансформировать всю систему базовых принципов, получая иное качество. Применяя методологию кросс-дисциплинарного анализа и синтеза, можно пересмотреть заново решения и систему действий на основе синтеза исходных фундаментальных парадигм [Vasileko: 64]. Традиционные «опросные методы исследований, разработанные для индустриального общества, перестали быть надежными» [Мещерякова: 20]. В цифровом обществе необходимо применение новых цифровых методов социологических исследований [Lupton; Marres; Rogers; Wynn]. Специфика научных методов цифровой социологии проявляется в разнообразии новых названий для их отличия от аналогов традиционных прототипов: сторителлинг [Панарина, Куликова: 11], вебометрика [Кибакин: 12], анализ социальных сетей [Рыков, Нагорный: 383], бесконтактная социология [Крыштановская: 4], нетография [Kozinets], «культурная аналитика» [Manovich] и др.

В работе был применен комплекс методов цифровой социологии: анализ социальных сетей, бесконтактная социология и другие, работа основана на данных следующих полевых исследований:

– Экспертный опрос «Потенциал социально-сетевых сообществ в публичном управлении в условиях цифровизации» (2021, N= 128). Респондентами выступили имеющие опыт работы с социально-сетевыми сообществами: представители органов власти всех уровней (35 %), представители общественности (политических партий, общественных движений, научного и экспертного сообщества) (43,76 %), медиаторы (21,09 %), индекс ПССПУ–2021.

– Анкетный опрос населения «Оценка деятельности органов публичного управления в социально-сетевом пространстве» (2020). Опрос осуществлен в Москве, как субъекте Российской Федерации с лидирующими позициями в цифровизации публичного управления (N=350), и Курске – типичном городе центрального региона по уровню развития (N=350), индекс ОДПУ–2020.

– Экспертный опрос «Механизмы привлечения граждан к участию в процессах принятия управленческих решений и нормотворчества как один из основополагающих принципов деятельности системы «Открытое правительство»», проведенный в сентябре–ноябре 2016 г. в РАНХиГС. Респонденты – госслужащие и эксперты из числа граждан, участвующих в диалогах с органами власти (N=118), индекс МПГУ–2016 [Василенко: 12].

– Влияние медиаконвергенции на управленческую деятельность (2016-2018). Метод исследования: глубинные полуформализованные интервью, индекс ВМУД–2018 [Молчанова, 2019].

Результаты исследования

Подводя итоги анализа проведенных социологических исследований, выделим следующие аспекты.

Субъект публичного управления: перспективы и тенденции развития

В обществе идеального будущего особую ценность представляет образованная личность, ориентированная на постоянное развитие и самообразование, живущая в условиях совмещения реальной и виртуальной действительности [Проказина: 155]. Основатель Всемирного экономического форума Клаус Шваб формулирует такие характеристики личностного роста как коммуникабельность, умение работать в команде, креативность, инициативность, ответственная исполнительность [Schwab]. Утверждается тенденция спроса на рост когнитивных способностей, обусловленных расширением масштабов внелогических способов познания, в том числе: перехода от линейного фиксированного текста к гипертекстовым многослойным структурам, «подвижным» образным формам представления и потребления смыслов на экране, когда задействованы оба полушария головного мозга. Развитие современного мира актуализируют «гибкие», надпрофессиональные, «социальные» компетенции (soft skills), в том числе индивидуальную способность к самопродвижению и самоорганизации, эмоциональный интеллект и стрессоустойчивость.

Центр политической конъюнктуры в своем исследовании «Губернаторы новой волны» (2017–2020)¹ отметил наличие в обществе запроса на новый типаж руководителя, поддержку идеи «сменяемости власти» и «появления новых политиков», что повлекло за собой изменение стратегии Кремля в региональных органах власти, введение шести принципов, по которым следует отбирать кандидатов на пост губернатора, среди них наряду с профессионализмом, лидерством и обновлением такие как учет мнения жителей, новые лица, привязка к региону. От представителей власти ожидали медийно-коммуникативных, психологических и командных навыков, умения вести честный открытый диалог с гражданами, а не казенных реплик и формальных отговорок. Так, назначенные молодые губернаторы, как правило, «обладают более развитыми коммуникативными компетенциями» в новых медиа, они умеют вести прямой диалог с людьми, не создают дистанцию между властью и гражданами. Качественные характеристики портрета идеального губернатора сместились в сторону «сокращения дистанции

¹ Губернаторы новой волны (2017–2020) [эл. ресурс]: <https://cpkr.ru/issledovaniya/gubernatory-novoy-volny/gubernatory-novoy-volny-2017-2020/> (дата обращения: 25.10.2021).

между гражданами и представителями власти», «умения пользоваться социальными сетями и владения навыками коммуникации в них», умения опираться на квалифицированных экспертов. В сентябре прирост числа упоминаний в социальных сетях наблюдался у 53 глав регионов из 85, хотя общее число позитивных упоминаний снизилось на 1,4% в сентябре 2021 г. по сравнению с августом того же года, а доля негативных упоминаний уменьшилась на 2,61%¹. Это говорит о том, что сегодня востребованы открытость и прагматичность в управленческой деятельности, опережающее прогнозирование кризисных ситуаций, а также наличие практического профессионального опыта управленческой деятельности в регионе, в политике, реальном производстве, в реальном бизнесе, низкий уровень конфликтности взаимоотношений с региональными элитами, оперативность и творческий подход в решении назревших проблем.

Востребована творческая индивидуальность, человек с развитым воображением, система ценностей которого представлена не только в проявлении креативности, интеллекта, но и сочетанием желаний, чувств, потребностей и интересов. Эффективность деятельности и уровень интегрированного воздействия на аудиторию во многом зависит от уникальной структуры индивидуальности субъекта управления [Молчанова, 2019: 55]. Субъект управления становится медийной личностью. В управленческой сфере профессиональная конвергенция выводит на ведущее место коммуникационный аспект, наблюдается слияние личной работы по связям с общественностью (а не через посредников!), интеграция управленческой и медийной деятельности.

Управленческая деятельность в традиционном исполнении как линейный процесс по сбору, обработке и предъявлению информации уже не столь актуален. Специалисту необходимо ежедневно справляться с непрерывным информационно-коммуникационным круговоротом, объемной и многозадачной управленческой деятельностью. Следует отметить, что по мнению экспертов, органами власти в сетевом пространстве публичных коммуникаций решаются вопросы, требующие достаточно высокой медийной квалификации, в том числе²: информирование стейкхолдеров (76,7%); получение обратной реакции стейкхолдеров посредством опросов (65,6%); мониторинг взглядов стейкхолдеров в социальных сетях (60,9%); организация дискуссионных площадок по общественно значимым проблемам (56,3%); привлечение стейкхолдеров в процесс принятия решения (35,2%); делегирование принятия решения стейкхолдерам по некоторым вопросам (27,3%); привлечение стейкхолдеров к процессу реализации решения (25,8%). Таким образом, возникают и множатся разнообразные формы взаимодействия с аудиторией, производители и потребители информационного

¹ Губернаторы – герои соцсетей (сентябрь 2021) [эл. ресурс]: <https://cpkr.ru/issledovaniya/tsifrovye-portrety-glav-rossiyskikh-regionov/gubernatory-geroi-sotssetey-vypusk-za-sentyabr-2021> (дата обращения: 25.10.2021).

² Экспертный опрос «Потенциал социально-сетевых сообществ в публичном управлении в условиях цифровизации» (2021), индекс ПССПУ–2021.

продукта меняются социальными ролями, конвергенция приводит к востребованности компетенций по интегрированным коммуникациям.

Современный субъект публичного управления должен обладать цифровой мобильностью, т.е. высокой скоростью обмена продуктами своей деятельности, как физически реальными, так и виртуальными, представленными большим разнообразием форматов. Важная особенность в том, что субъект публичного управления в цифровом обществе может выступать в виртуальном пространстве одновременно в нескольких ролях: производителя информации, потребителя информации, владельца информации, digital-актера, digital-коммуникатора, digital-интегратора, вертикального или горизонтального координатора. Такая мобильность связана также с тенденцией расширения понятия «профессия» в некоторое облако профессионально близких навыков и компетенций, а понятие «персонал как коллектив работников» заменяется неким условным виртуальным облаком, поскольку иногда коллектив или проектная команда может формироваться виртуально из экспертов, находящихся на значительном расстоянии друг от друга. Из этого следует снижение связанности коллектива производственными помещениями и территорией, поскольку широко используются виртуальные цифровые форматы. На рынке труда цифрового общества широко распространяется цифровое кочевничество, цифровой нómáдизм, удаленная работа, цифровая журналистика, – все они могут быть востребованы в экспертной, проектной, медийной деятельности. Трансформация в медийной сфере приводит к появлению новых специальностей, например, Data Journalism, которая предполагает сбор и обработку данных «машинными методами», из чего следует требование к компетенциям современного субъекта управления – он априори должен уметь оперативно выбирать формат публикуемого текста, знать информационные предпочтения своей аудитории и создавать текст конкретно под них, самостоятельно создавать аудиоматериалы и видеоролики, хорошо знать необходимые компьютерные программы и использовать их в работе, ориентироваться в блогосфере и вести свой блог, участвовать в вебинарах, писать кратко и лаконично, рассылать SMS, в то же время уметь создавать мультимедийные тексты, применять интерактивные формы коммуникации, уметь работать в команде при организации мероприятия событийного характера.

Проблемы развития субъекта публичного управления

Ценностные основания цифрового общества противоречивы. С одной стороны, наблюдается тенденция возврата к патриархальным семейным ценностям. Логика развития техносферы, управляемая конвергентными технологиями, утрачивая традиционные форматы коммуникации, способствует неприятию примитивных ценностей. А предоставляемый выбор как таковой не дает обществу большей информированности и осознанного предпочтения того или иного сценария поведения в обществе [Кузнецова: 20]. С другой стороны, глобализация и цифровой формат предоставляют новые возможности каждому индивиду,

формируются и распространяются в обществе модернизированные ценности [Кашина, Василенко: 27] под нарастающим влиянием e-lance economy [Agrawal и др.] дистанционных режимов работы и коммуникационного взаимодействия в быту.

Важнейшая проблема порождена процессами медиаконвергенции – инновационные формы довлеют над смыслом, который уходит на второй план. По мнению Е.Я. Дугина, главной функцией деятельности субъекта в медиасреде может стать как раз поиск смысла, смыслообразующих факторов, «порождение смысла и стимулирование смысловой деятельности могут оказаться перспективным вектором современных исследований» [Dugin: 13], что важно как в массовой коммуникации, так и в управлении медиаконвергентными процессами. Показательны результаты экспертного интервью: на вопрос «Считаете ли ведущей функцией деятельности медиа формирование критического мышления своей аудитории, стимулирование их смысловой деятельности?», 81% респондентов ответили утвердительно¹.

Несмотря на тенденцию постепенного обретения современными управленцами свойств Homo digitals – он становится частицей «digital-социума», элементом цифрового информационного универсума, – требуется приложить еще много усилий для обретения необходимых свойств субъектами управления в России. Так, по мнению экспертов², в числе слабо развитых качеств субъекта управления современного цифрового общества, в первую очередь, недостаточность компетенций чиновников в вопросах социально-сетевого взаимодействия (57,7%); недостаточная активность чиновников (51,2%); отсутствие нормативного закрепления публичного формата процедур принятия решений по общественно значимым проблемам (43,1%); а также отсутствие навыков работы представителей органов власти с современными информационно-телекоммуникационными технологиями (35,8%); недоверие представителей органов власти к социально-сетевым сообществам (27,6%) и отсутствие стимулирования чиновников к сетевому взаимодействию (26,8%). Материалы социологических исследований свидетельствуют о недостаточной удовлетворенности граждан процессами построения диалога представителей органов власти и общества³. По их мнению, государственные служащие психологически не готовы к сотрудничеству с гражданами (44,7%), 44% респондентов не удовлетворены качеством информирования общественности о возможности участия в принятии управленческих решений. Не создано и действенных механизмов участия общественности в процессах при-

¹ Влияние медиаконвергенции на управленческую деятельность (2016-2018), индекс ВМУД–2018.

² Экспертный опрос «Потенциал социально-сетевых сообществ в публичном управлении в условиях цифровизации» (2021), индекс ПССПУ–2021.

³ Экспертный опрос «Механизмы привлечения граждан к участию в процессах принятия управленческих решений и нормотворчества как один из основополагающих принципов деятельности системы «Открытое правительство»» (2016, РАНХиГС), индекс МПГУ–2016.

нения управленческих решений (40%). Отмечается неразвитость геоинформационной культуры безопасности [Трансформационные процессы в системе...], стремление скорее закрыть доступ к своим ресурсам при возникновении потенциальных опасностей в связи со слабым знанием других возможностей в управлении медиаконвергентной средой, а также невысокая степень ответственности за информационное потребление, создание, распространение и насыщение сетевого информационного пространства.

Наблюдается «парадокс цифровой конфиденциальности» и фактического неприятия законов об интеллектуальной собственности и личных данных. С одной стороны, 60% российских пользователей в возрасте от 16 до 64 лет беспокоятся о сохранении конфиденциальности личной информации, но, с другой стороны, представители Homo digitals используют интернет вещей и технологии больших данных для не всегда оправданного сбора личной информации, более 60% граждан сталкивались с неправомерным использованием конфиденциальных сведений в интернет-пространстве. При этом большая часть из них знают, что «сайты, социальные сети и поисковые системы могут собирать данные для веб-аналитики», но не противятся этому, добровольно передавая свои персональные данные для принятия управленческих решений органам власти [Зотов: 16].

Дискуссии и заключение

Сегодня обозначилось становление новой парадигмы – парадигмы цифровой цивилизации. В цифровом обществе меняется роль и место человека, он обретает новые качества. Это относится и к субъектам публичного управления. С одной стороны, субъект управления должен быть способен выступать лидером перемен в гибридном социальном пространстве в различных ролях и статусах в зависимости от реализуемой им функции. Но, с другой стороны, теперь он не один в управленческой самоорганизующейся среде. Медиаконвергенция активно преобразует медийное пространство, осуществляя своеобразную медиатизацию общества, в котором постепенно стираются границы реальной и виртуальной действительности. Самоорганизация в гибридной социальной среде реализуется в форматах «медийного самообслуживания». Авторы статьи «Digital subjects as new power actors: a critical view on political, media- and digital spaces intersection» (Цифровые субъекты как новые акторы власти: критический взгляд на пересечение политического, медиа и цифрового пространств), базируясь на методологии теории цифровых критических медиа для концептуализации цифровых предметов в контексте экономики внимания и коммуникативной капитализации, в своем исследовании утверждают, что эти субъекты становятся влиятельными силовыми акторами, способными «конкурировать со СМИ за свою аудиторию и с политиками за свою публику», поскольку они дифференцированно применяют новые методы привлечения сетевых сообществ к конкретному ресурсу и «стимулируют коммуникативный труд удерживаемой аудитории» [Gavra, Dekalov, Naumenko: 233].

Итоги массового опроса граждан в Москве и Курске¹ свидетельствуют о тенденции формирования способностей субъекта управления у сетевых акторов – 50% граждан проявляют активность в выражении своей позиции в сети и участвуют в различных акциях, 46,7% видят полезность онлайн-площадок в сборе собираемой информации от населения, 7,7% сами привлекают участников сети к дискуссиям, а 1,9% организуют пользователей сети к участию в мероприятиях².

Субъект публичного управления, обретая черты Homo Digitalis, неминуемо должен уметь взаимодействовать с данной формой самоорганизации, представлять собой развивающуюся современную мобильную личность в многосторонней, многовекторной массовой коммуникации, продуцируя своеобразные социоцифровые гибриды, цифровые мультимедийные продукты в различных форматах, связанные цветом, звуком, анимацией, включая фотографии, рисунки, инфографику, видеоролики. Такая цифровая медиапродукция интерактивно распространяется через большое разнообразие цифровых медиаканалов, создавая возможность всем участникам обмениваться информацией, выступать активными акторами, включаясь в информационные потоки. Гипертекстуальность придает медиапродукту нелинейность и незамкнутость (открытость), создавая условия сетевого взаимодействия, расширяя контент за счет объемности, многовекторности, многослойности. Информационные связи этого субъекта в многоплатформенном медиaprостранстве влияют как на личную жизнь, так и на формирование карьеры, оперативность, продуктивность, организованность в работе [Молчанова, 2017: 116]. Реализовывать эти подходы должен уметь каждый субъект управления непосредственно, обладая необходимыми компетенциями, полномочиями и ответственностью за произведенные результаты, причем это следует прописывать в его должностных регламентах.

Выводы. Субъектность в цифровом обществе стала принципиально иной в результате расширения интерактивных коммуникаций и значительных изменений в социуме. Способность отдельных представителей Homo Digitalis выступать носителями субъектности управленческого воздействия [Бахмарова: 86] свидетельствует об их возможности осознавать свои интересы, определять и корректировать цели, принимать решения, выстраивать планы их достижения, идентифицировать свои социальные роли и статусы, так как главное качество субъекта – способность своими практическими активными действиями преобразовывать окружающий мир.

Представленная характеристика субъекта публичного управления в цифровом обществе – это пилотный собирательный образ, построенный на обобщении ряда социологических данных. Для целостного социологического портрета

¹ Анкетный опрос населения «Оценка деятельности органов публичного управления в социально-сетевом пространстве», индекс ОДПУ–2020.

² Индекс МПГУ–2016.

требуется проведение масштабного комплексного исследования с широким обсуждением применяемых методов.

Источники

Бахмарова В.Н. (2012). Социальный актор в концепции управления М. Крозье // Теория и практика социального развития. № 3. Р. 85-88.

Василенко В.И. (2010). Трансформационные процессы в системе допуска к государственной тайне России / Под общ. ред. А. Прохожева. М.: Проспект. DOI 10.18411/Vasilenko-3-2.

Василенко Л.А. (2021). Цифровой прорыв: достаточно ли умным в цифровом государстве будет публичное управление и насколько умны элита и граждане // Цифровая социология. Т. 4. № 3. С. 6-15.

Дукин Р.А. (2016) Медиатизация современного общества: влияние социальных медиа // Теория и практика общественного развития. № 2. С. 24-26.

Зотов В.В. (2021). Демаркация публичного и частного при взаимодействии государства и граждан на цифровых сетевых платформах // Цифровая социология. Т. 4. № 3. С. 16-26.

Кашина М.А., Василенко Л.А. (2019). Фрактальность гендерных отношений и использование гендерного ресурса государственной политики и управления в современной России // Женщина в российском обществе. № 2. Р. 17-31.

Кобакин М.В. (2020). Вебометрика как диагностический инструментальный цифровой социологии: содержание, предназначение, опыт использования // Цифровая социология (Digital Sociology). № 3(1). С. 12-18.

Кравченко С.А., Ракова К.В. (2021). «Умные часы» как фактор становления гибридной коммуникации между врачом и пациентом // Коммуникология. Том 9. № 3. С. 15-28. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-3-15-28.

Крыштановская О. (2018). Бесконтактная социология: новые формы исследований в цифровую эпоху // Цифровая социология (Digital Sociology). № 1 (2). Р. 4-8.

Кузнецова Е.И. (2021). Медиаконвергенция как социальный феномен цифрового техногенного общества // Общество: философия, история, культура. № 9 (89). С. 18-21.

Мещерякова Н.Н. (2020). Методология познания цифрового общества // Цифровая социология (Digital sociology). № 2. DOI: 10.26425/2658-347X-2020-2.

Молчанова О.И. (2017). Понятие и субъекты системы обеспечения управления процессами формирования конвергентных массмедиа // Вестник Поволжского института управления. Т. 17. № 4. С. 111-118.

Молчанова О.И. (2019). Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере. Москва: Научная мысль.

Панарина М.А., Куликова О.А. (2019). Социальные сети и биографический метод // Цифровая социология (Digital Sociology). № 4. Р. 11-16.

Проказина Н.В. (2021). Человек будущего: социальное поведение, идентичность, установки молодежи в новой реальности // Социологические исследования. № 5. С. 155-156.

Рыков Ю., Нагорный О. (2017). Область интернет-исследований в социальных науках // Социологическое обозрение. Т. 16. № 3. С. 366-394. DOI: 10.17323/1728-192X-2017-3-366-394.

Agrawal A., Horton J., Lacetera N., Lyons E.. (2015). Digitization and the Contract Labor Market: A Research Agenda. In: Economic Analysis of the Digital Economy, eds. A. Goldfarb, S. Greenstein, C. Tucker. Chicago: The University of Chicago Press.

Dugin E.Y. (2018) Methodology of media research in the «era of digital civilization». *European Journal of Philosophical Research*. No. 5(1). P. 3-18.

Gavra D., Dekalov V., Naumenko K. (2020). Digital subjects as new power actors: a critical view on political, media- and digital spaces intersection. *Students in computational intelligence*. Vol. 8. P. 233-243.

Kozinets R.V. (2006). Click to Connect: Netnography and Tribal Advertising. *Journal of Advertising Research*. No. 46 (3). P. 279-288.

Lupton D. (2015). *Digital sociology*. London: Routledge.

Manovich L. (2007). Cultural analytics: analysis and visualization of large cultural data sets // Software Studies Initiative [el. source]: http://www.manovich.net/cultural_analytics.pdf.

Marres N. (2017). *Digital Sociology. The Reinvention of Social Research*. Cambridge: Polity Press.

Rogers R. (2009). *The End of the Virtual: Digital Methods*. Media. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Schwab K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. London, England: Portfolio Penguin.

Siebel T. (2019). *Digital transformation: survive and thrive in an era of mass extinction*. New York: RosettaBooks.

Vasilenko L. (2019). Fractal-synergetic approach to the research of entrepreneurship in the non-profit organizations. *Wisdom*. No.12 (1). P. 62-72.

Wynn J. (2009). Digital sociology: emergent technologies in the field and the classroom. *Sociological Forum*. No. 24 (2). P. 448-456.

■ ■ ■ Influence of Media Convergence on Public Governance Subjects in Russia¹

Vasilenko L.A.¹, Molchanova O.I.²

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

2. Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia.

Abstract. The objective of the article consists in representation of a sociological portrait of the subject of management in a digital society. Based on the analysis of the texts of the Russian media and Russian-speaking social networks and in-depth interviews with the heads of media editorial offices, the authors obtained the following results. The phenomenon of media convergence is manifested in the need to take into account in the management process those phenomena and trends that radically change the life of society, in particular, integration between individuals and digital devices, which gradually blurs the border between reality and the virtual world leading to the need for the subjects of management to acquire new communication skills, work with information resources, understand digital threats and know how to protect against them. The influence of media convergence is manifested in the fact that Russian subjects of government, using various digital devices to enter the virtual space, do not indicate their personal data and can act in contradictory ways, acting in different social roles. Conclusions: the formation of digital society requires monitoring the formation of social digital institutions, the principles of integral collective intelligence and symbiotic intelligence, including value foundations, norms, culture of behavior and interaction, systems of statuses and roles. The subjects of management cannot apply the old formats of the

¹ The study was funded by the Russian Foundation for Basic Research (RFBR) No: 20-011-00694.

command style of management and administrative pressure in the virtual space. Therefore, it is necessary to develop specialized communication formats in the process of implementing public administration.

Keywords: media convergence, subject of governance, public administration, digital society, hybrid communication, mediatization, sociology of media

For citation: Vasilenko L.A., Molchanova O.I. (2021). Influence of media convergence on public governance subjects in Russia. *Communicology (Russia)*. Vol. 9. No. 4. P. 40-52. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-4-40-52.

Inf. about the authors: Vasilenko Liudmila Alexandrovna – DSc (Soc.), Professor, department of organizational design of management systems (RANEPA), Co-Chairman of the Research Committee of the Russian Society of Sociologists «Sociology of Digital Society»; Molchanova Olga Ilinichna – CandSc (Ped.), docent, associate professor of the department of international relations, media studies, political science and history of St. Petersburg State University of Economics. Address: 119571, Russia, Moscow, Vernadsky av., 84. E-mail: vasilenkola@mail.ru; moi.2012@bk.ru.

Received: 12.10.2021. *Accepted:* 19.11.2021.

References

- Agrawal A., Horton J., Lacetera N., Lyons E.. (2015). Digitization and the Contract Labor Market: A Research Agenda. In: *Economic Analysis of the Digital Economy*, eds. A. Goldfarb, S. Greenstein, C. Tucker. Chicago: The University of Chicago Press.
- Bakhmarova V.N. (2012). Social actor in the concept of management by M. Crozier. *Theory and practice of social development*. No. 3. P. 85-88 (In Rus.).
- Dugin E.Y. (2018) Methodology of media research in the «era of digital civilization». *European Journal of Philosophical Research*. No. 5(1). P. 3-18.
- Dukin R.A. (2016) Mediatization of modern society: the impact of social media. *Theory and practice of social development*. No. 2. P. 24-26 (In Rus.).
- Gavra D., Dekalov V., Naumenko K. (2020). Digital subjects as new power actors: a critical view on political, media- and digital spaces intersection. *Students in computational intelligence*. Vol. 8. P. 233-243.
- Kashina M.A., Vasilenko L.A. (2019). Fractality of gender relations and the use of the gender resource of state policy and management in modern Russia. *Woman in Russian society*. No. 2. P. 17-31 (In Rus.).
- Kibakin M.V. (2020). Webometrics as a diagnostic toolkit for digital sociology: content, purpose, experience of use. *Digital Sociology*. No. 3 (1). P. 12-18.
- Kozinets R.V. (2006). Click to Connect: Netnography and Tribal Advertising. *Journal of Advertising Research*. No. 46 (3). P. 279-288.
- Kravchenko S.A., Rakova K.V. (2021). «Smart watches» as a factor in the formation of hybrid communication between doctor and patient. *Communicology*. Vol. 9. No. 3. P. 15-28. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-3-15-28 (In Rus.).
- Kryshtanovskaya O. (2018). Contactless Sociology: New Forms of Research in the Digital Age. *Digital Sociology*. No. 1 (2). P. 4-8 (In Rus.).
- Kuznetsova E.I. (2021). Media convergence as a social phenomenon of a digital technogenic society. *Society: philosophy, history, culture*. No. 9 (89). P. 18-21 (In Rus.).
- Lupton D. (2015). *Digital sociology*. London: Routledge.

- Manovich L. (2007). Cultural analytics: analysis and visualization of large cultural data sets // Software Studies Initiative [el. source]: http://www.manovich.net/cultural_analytics.pdf.
- Marres N. (2017). Digital Sociology. The Reinvention of Social Research. Cambridge: Polity Press.
- Meshcheryakova N.N. (2020). Methodology of cognition of digital society. *Digital sociology*. No. 2. DOI: 10.26425 / 2658- 347X-2020-2 (In Rus.).
- Molchanova O.I. (2017). The concept and subjects of the system for ensuring the management of the processes of forming convergent mass media. *Bulletin of the Volga Institute of Management*. Vol. 17. No. 4. P. 111-118 (In Rus.).
- Molchanova O.I. (2019). Social management of convergence processes in the modern media sphere. Moscow: Scientific Thought (In Rus.).
- Panarina M.A., Kulikova O.A. (2019). Social media and biographical method. *Digital Sociology*. No. 4. P. 11-16 (In Rus.).
- Prokazina N.V. (2021). Man of the Future: Social Behavior, Identity, Attitudes of Youth in the New Reality. *Sociological Studies*. No. 5. P. 155-156 (In Rus.).
- Rogers R. (2009). The End of the Virtual: Digital Methods. Media. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Rykov Y., Nagorny O. (2017). The field of Internet research in the social sciences. *Sociological Review*. T. 16. No. 3. P. 366-394. DOI: 10.17323 / 1728-192X-2017-3-366-394 (In Rus.).
- Schwab K. (2017). The Fourth Industrial Revolution. London, England: Portfolio Penguin.
- Siebel T. (2019). Digital transformation: survive and thrive in an era of mass extinction. New York: RosettaBooks.
- Vasilenko L. (2019). Fractal-synergetic approach to the research of entrepreneurship in the non-profit organizations. *Wisdom*. No.12 (1). P. 62-72.
- Vasilenko L.A. (2021). Digital breakthrough: will public administration be smart enough in a digital state and how smart are the elite and citizens. *Digital Sociology*. Vol. 4. No. 3. P. 6-15 (In Rus.).
- Vasilenko V.I. (2010). Transformational Processes in the System of Access to State Secrets of Russia / Ed. A. Prokhozheva. M.: Prospect. DOI 10.18411 / Vasilenko-3-2 (In Rus.).
- Wynn J. (2009). Digital sociology: emergent technologies in the field and the classroom. *Sociological Forum*. No. 24 (2). P. 448-456.
- Zotov V.V. (2021). Demarcation of the public and the private in the interaction of the state and citizens on digital network platforms. *Digital Sociology*. Vol. 4. No. 3. P. 16-26 (In Rus.).