

ЛЕКЦИЯ 7. PR В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ. ПЕРСПЕКТИВЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО PR

7.1. Политический PR в органах государственной власти

Связи с общественностью играют важнейшую роль в эффективной работе органов власти, с одной стороны, обеспечивая связь с населением, двухсторонние коммуникации, координацию действий, информирование, реагирование на кризисы, решение социальных конфликтов, а с другой, решая важные задачи в области формирования доверия, гласности, открытости, прозрачности деятельности, имиджа, поддержания легитимности и управления общественным мнением.

Связи с общественностью в системе государственного управления – это организация и реализация коммуникационного взаимодействия между органами государственной власти, ведомствами, государственными учреждениями и различными группами общественности, обеспечивающее информирование и адекватную оценку населением проводимой аппаратом власти политики». В данном определении акцент сделан на коммуникационную и информационную деятельность с целью поддержания легитимности власти, согласия с действиями и формирования авторитета.

Важная особенность **связей с общественностью в органах государственной власти** заключается в характере целевой аудитории. В отличие от различных коммерческих проектов, целевая аудитория PR-деятельности в органах власти – обширна. К ней относятся граждане, бизнес, общественные организации и все структуры гражданского общества.

В государственном управлении категория «связи с общественностью» на профессиональном уровне появилась сравнительно недавно. Однако, как мы знаем из истории связей с общественностью, сама идея развития связей государства и общества стара как мир. Например, Юлий Цезарь приказывал распространять обращения к римлянам перед военными походами в целях поддержки армии и легитимности действий. Здесь же есть и примеры первых специальных мероприятий – театрализованные представления прославляющие победы Римской империи.

В 2014 году была принята Концепция открытости федеральных органов исполнительной власти. Под информационной открытостью в Концепции понимается «обеспечение потребностей и интересов граждан, регулярное распространение достоверной информации и активное взаимодействие между органами государственной власти, экспертным сообществом и институтами гражданского общества». Категория информационной открытости относится к органам власти различных уровней. На федеральном

уровне она акцентируется на аналитической, информационной и прогностической деятельности, отражает прозрачность работы органов и структур, обеспечивает понятность нормативно–правового регулирования. На региональном уровне в большей степени базируется на коммуникационной деятельности, диалоге власти и общества, балансе интересов различных заинтересованных лиц.

Исследователи выделяют следующие функции связей с общественностью органов власти:

- **информационная** – направлена на реализацию коммуникационной политики пиар–деятельности органов власти;
- **коммуникативная** – направлена на создание и распространение информации среди целевой аудитории в виде информационных продуктов и специальных имиджевых проектов, а также получение обратной связи и использование ее в своей работе;
- **аналитическая** – реализуется путем проведения исследований значимых для общества процессов, событий и явлений, общественного мнения, ожиданий и потребностей, отношения к органу власти, его восприятия, имиджа и репутации;
- **методическая** – разработка на основе исследований моделей сотрудничества и социального партнерства, пиар–кампаний, акций, программ и мероприятий;
- **организационная** – реализуется в совокупности действий по подготовке и проведению встреч, мероприятий, переговоров, конференций, брифингов, пиар–кампаний и других событий;
- **интегративная** – реализуется в способностях связей с общественностью консолидировать общественные интересы и мнения применительно к решениям и действиям органов власти;
- **консультативная** – заключается в консультировании структур и подразделений органа власти по вопросам информационно–коммуникационной деятельности.

Важным направлением деятельности по связям с общественностью органов власти является организация и проведение специальных мероприятий, а также обеспечение участия в целевых событиях различного масштаба (международные, федеральные, региональные).

Виды специальных мероприятий в PR-деятельности органов власти:

- мобилизационные (сборы, собрания, митинги);
- презентационные (церемонии открытия, выставки);
- деловые (конференции, форумы, заседания, саммиты, совещания, круглые столы);

- культурно–массовые.

Особую роль для органов власти играют культурно–массовые мероприятия, такие как фестивали, ярмарки, спортивные соревнования, концерты, народные гуляния, шествия. Мероприятия могут иметь социальный, политический, экономический, образовательный или экологический контекст, прославлять культуру, демонстрировать гражданскую гордость – в любом случае они оказывают влияние на общество:

- формируют ценности и жизненные ориентации;
- создают идентичность;
- укрепляют связи;
- развивают инфраструктуру.

События часто рассматриваются как важные моменты в календаре региона, что в свою очередь объединяет и усиливает общественность. Организация и поддержка мероприятий формирует положительное отношение граждан к власти, создает площадку для личного общения и диалога, укрепляет позитивный имидж. Благодаря использованию художественных образов и перформансной коммуникации, яркие события оказывают влияние на психику, вызывают положительные эмоции, ассоциации, надолго остаются в памяти.

PR органов власти в интернете: сайт, госпаблики, блогеры

В условиях тотальной цифровизации органы власти не могут игнорировать онлайн–каналы PR-коммуникации. Современные люди, особенно молодежь, все больше воспринимают мир посредством смартфонов, приложений и гаджетов, а социальные сети постепенно становятся основными источниками новостей.

Официальные сайты органов власти

1 января 2009 года вступил в силу Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», регламентирующий структуру и наполнение сайтов органов власти. В ст. 10 указано, что «государственные органы, органы местного самоуправления для размещения информации о своей деятельности используют сеть интернет, в которой создают официальные сайты». Количество требований, которым должен отвечать официальный веб–ресурс госоргана – велико. Специалист по связям с общественностью должен быть ознакомлен с документом, так как соответствие нормам закона проверяется уполномоченными структурами и общественными организациями. Так, например, в ст. 13 указано, какие сведения должны быть опубликованы на сайте, в ст. 14 приведены ссылки на

нормативные акты с перечнем обязательной информации в зависимости от специфики органа власти.

Ежегодно в рамках проекта «Открытость государства в России» эксперты оценивают сайты органов власти, но пока только федеральных. Для региональных госструктур отчет может быть полезен с точки зрения представленных в нем рекомендаций и факторов, которые отражают качество и открытость интернет-ресурса, среди них:

- полнота представленной информации об органе власти (структура, функции, результаты работы);
- доступность информации на сайте (удобство навигации, форма поиска, версия для слабовидящих);
- возможность оценить актуальность и качество представленной информации (дата публикации и изменения, количество скачиваний, хронология);
- наличие контактов.

Качественная проработка сайта позволяет не только выполнить требования закона, но и повысить эффективность информационно-коммуникационной деятельности органа власти, а именно:

- увеличить доступность – как правило, сайты имеют удобный интерфейс и навигацию, что позволяет гражданам получить доступ к важной и актуальной информации, найти нужный документ, узнать о графике работы, связаться с госорганом, подать обращение, записаться на прием, не выходя из дома, это особенно актуально для людей с ограниченными возможностями;

- повысить открытость и публичность – доступность информации в любое время из любого места, возможность получить обновления в режиме реального времени, и даже присутствовать на заседаниях посредством онлайн-трансляции – повышает прозрачность деятельности, укрепляет доверие и поддержку граждан;

- уведомить о повестке дня – с помощью ленты новостей или электронной рассылки, граждане могут быть уверены, что осведомлены о важных темах и событиях;

- благодаря функциям поиска и архивирования, посетители сайта и сотрудники могут получить быстрый доступ к нужной информации;

- повышение безопасности – современные технические средства обеспечивают защиту от хакерских атак, целостность данных и безопасность коммуникаций с гражданами, население должно быть

уверено, что на официальных ресурсах представлена достоверная информация без вбросов и фейков, что особенно актуально в период кризисов, так было в период пандемии COVID–19: когда недостоверная информация об ограничениях появлялась буквально каждый час, на сайтах органов власти публиковалась официальная информация о ситуации в конкретном регионе.

Госпаблики органов власти

В 2022 году в Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» были внесены изменения, согласно которым органы власти теперь обязаны вести официальные аккаунты в социальных сетях «ВКонтакте» или «Одноклассники», другие площадки, например, «Telegram» или «RuTube» могут использоваться по желанию.

Согласно закону, в официальных аккаунтах должны быть указаны следующие сведения: наименование госоргана; почтовый адрес; адрес электронной почты; номера телефонов; ссылка на официальный сайт и иная информация о деятельности организации. Других требований в документе не указано, однако на сайте Правительства РФ отмечено, что под информацией о деятельности понимается размещение контента и комментариев по актуальным вопросам, а также отчеты о проведенных мероприятиях.

Многие органы власти вели свои страницы в соцсетях еще до принятия закона. В свою очередь, по данным статистики, только за первый год после вступления закона в силу, количество госпабликов увеличилось на 123 тыс. и достигло 220 тыс. к октябрю 2023 года. На площадки «ВКонтакте» и «Одноклассники» приходится 201,5 тыс. официальных страниц, на «Telegram» – 18,5 тыс. каналов. По состоянию на октябрь 2023 года на официальные страницы госорганов в соцсетях было подписано 46 млн пользователей, с начала 2023 года через эти аккаунты поступило более 2 млн обращений граждан.

По состоянию на начало 2025 года Новосибирская область уверенно сохраняет свои позиции среди лидеров по показателям работы госпабликов по России. Это говорит не только о высоком доверии со стороны граждан, но и о качественном уровне ведения государственных пабликов региона. Официальные страницы органов власти и государственных организаций в социальных сетях являются важным источником достоверной информации для жителей области и охватывают все сферы жизни: медицина, образование, администрации районов и т.д. Госпаблики активно взаимодействуют с населением, что позволяет оперативно реагировать на запросы граждан.

В настоящий момент уникальная аудитория госпабликов Новосибирской области ВКонтакте составляет 1 млн 160 тысяч человек, при этом отмечается высокая заинтересованность жителей региона в информации, публикуемой в госпабликах. В среднем, ежемесячно фиксируется до 70 млн просмотров контента в официальных страницах органов власти и подведомственных организаций. Подписчики активно реагируют на контент, пишут комментарии, ставят лайки, участвуют в интерактивах, делятся постами. Охват госпабликов в регионе в настоящее время составляет около половины населения Новосибирской области. В социальной сети «ВКонтакте» зарегистрировано 3 435 официальных страниц. Более 1 миллиона 134 тысяч жителей региона подписаны хотя бы на один госпаблик во «ВКонтакте». За три квартала 2024 года, например, было размещено свыше 1 миллиона публикаций, которые получили более 14 миллионов лайков и 705 тысяч комментариев. Контроль за выполнением ключевых показателей госпабликов осуществляет специальная государственная структура – региональный контент-центр.

Специалисты координируют работу администраторов, помогают создавать качественный контент, обучают новым сервисам и предоставляют консультации по работе с системой. Контент-центр отслеживает регулярность и качество постинга, что позволяет поддерживать интерес пользователей и улучшать качество коммуникации с гражданами.

Социальные сети предоставляют органам власти широкие возможности для быстрого распространения информации, обратной связи, персонализированного и более личного диалога, создания лояльного сообщества. Они предлагают принципиально новые инструменты формирования имиджа и способы приема обращений, позволяют использовать на одной площадке различные виды контента (тексты, изображения, видео, инфографика) для еще большего коммуникационного воздействия.

Вместе с тем, работа в социальных сетях требует особого внимания. Информация на данных площадках распространяется с молниеносной скоростью: посты мгновенно отображаются в ленте новостей, ими можно поделиться публично или в личных сообщениях. Если в них будет указана непроверенная информация, это может привести к негативным последствиям. Кроме того, важно учитывать этические аспекты и, то, как сообщение может быть воспринято.

Работа органов власти с блогерами и инфлюенсерами

Появление и стремительный рост популярности социальных сетей привел к утрате монополии традиционных СМИ на подачу информации.

Городские паблики («Подслушано в...», «Типичный...»), бесчисленные Telegram-каналы, блогеры и граждане с активной позицией – завладели вниманием аудитории. И хотя с юридической точки зрения они не являются СМИ, по факту выполняют их функцию, и часто имеют читателей больше, чем региональная пресса.

Игнорировать популярные паблики, Telegram-каналы или блогеров – неразумно. Их потенциал и силу влияния на общественное мнение можно использовать для развития гражданского общества и на пользу органам власти. Важно установить контакты и создать позитивные условия для взаимовыгодного сотрудничества. Мотивация блогеров, чаще всего, сводится к финансовой или событийной составляющей. Первая, как правило, неприемлема, во-первых, из-за ограниченности бюджета госорганов, во-вторых, из-за утраты блогерами независимости в формировании своей контентной политики. Поэтому событийная мотивация позволит стать катализатором отношений между органом власти и инфлюенсером. Формат сотрудничества может быть различным: приглашения на мероприятия, совместные акции, спецпроекты, гостевые посты.

7.2. PR государственного управления в условиях цифровой трансформации

Системные изменения, происходящие в условиях развития информационных, цифровых технологий, затронули все стороны жизни общества. Производство, предоставление, обработка и получение информации в цифровой форме – данные процессы, развиваясь с начала XXI века, уже в 2010-х гг. приобрели подлинно революционный характер. Это связано не только с самой информацией (как передаваемыми сведениями) и не только с технологиями ее передачи (от бумажных к электронным, цифровым) – но и с изменением качества всех субъектов, задействованных в данном процессе. Оцифровка данных и цифровизация как технические феномены повлекли за собой структурные социальные изменения. В 2010-х гг. совокупность данных изменений стала определяться как цифровая трансформация тех или иных сфер жизни общества. Среди сфер, которые находятся в процессе цифровой трансформации, одну из ведущих позиций занимает государственное управление, система органов государственной власти.

В политическом PR органов государственной власти с точки зрения проблемы цифровой трансформации актуальными являются следующие вызовы:

Во-первых, исследователи отмечают изменение круга субъектов в системе государственного управления: в процессе цифровой трансформации системы государственного управления появляются новые цифровые структуры – цифровые акторы: государственные цифровые платформы, порталы, автоматизированные информационные системы, сервисы, подсистемы, суперсервисы. Для того, чтобы рядовые граждане могли в полной мере пользоваться их возможностями, важно формирование доверия к ним как новым структурам госуправления.

Во-вторых, в процессе цифровой трансформации растет роль гражданина как активного субъекта информационного общества: у обычного человека появились не только возможности самостоятельного, активного выбора той или иной информации, канала ее получения – но и возможности ее самостоятельного производства, сравнения, широкой интерпретации. В этой связи одним из векторов цифровой трансформации является раскрытие потенциала конечного пользователя. При разработке государственной политики необходимо рассмотреть возможность ее переориентации с центра (крупных институтов) на более мелкие элементы, например, отдельного индивида.

В-третьих, как следствие, изменяются отношения между гражданином и государством, это выражается в особенностях получения государственных услуг, в повышении оперативности коммуникации между обществом и властью. При этом меняются качества и самого института власти, государственного аппарата. Цифровизация государственного управления – это процесс трансформации культуры, организации и взаимоотношений органов государственной власти с бизнесом и обществом посредством использования новых цифровых технологий (большие данные, интернет, искусственный интеллект). Цифровые технологии призваны предоставлять новые платформы, меняющие логику предоставления госуслуг. Федеральные проекты и национальные программы вносят институциональные изменения, создавая новую модель отношения между властью и обществом... Новые цифровые отношения между обществом и правительством благодаря цифровым инструментам расширяют границы контроля над государством, делая эти отношения прозрачными. Формы электронного участия способствуют контролю над правительственной бюрократией и расширяют инструменты для контроля и подотчетности.

Данный комплекс вызовов и задач, стоящих перед государственным управлением в условиях цифровой трансформации, повышает важность изменений, происходящих в системе связей с общественностью, достижения нового качества коммуникации между властью и гражданином.

Связи с общественностью в условиях цифровой трансформации

На сегодняшнем этапе одно из важнейших направлений в государственном управлении представлено системой связей с общественностью как управлением коммуникациями между властью и обществом. Соответственно, изменение системы связей с общественностью, ее роли и места в условиях цифровой трансформации является актуальной проблемой.

Говоря непосредственно об особенностях развития PR-коммуникации в обществе на современном этапе, исследователи обращают внимание, что данный аспект является не просто «фоновым» в процессе цифровой трансформации, а одним из ключевых, стратегических. Согласно ряду важнейших международных конвенций, положенных в основу стратегического развития многих стран (США, Франции, Финляндии, Японии и др.), повсеместная цифровизация может и должна развиваться только в условиях грамотной и продуманной коммуникационной политики органов государственной власти. Это связано в том числе, с изменением самой природы публичной сферы, где выстраивается коммуникация акторов: цифровая публичная сфера определяется в основном как сфера онлайн-общения, участие в котором открыто и свободно доступно для всех, кто заинтересован в обсуждении вопросов, представляющих общий интерес.

При выработке коммуникационной политики в данных условиях власть должна учитывать изменение «качества аудитории», ее коммуникативной модели. Исследователи отмечают проявление различий медиапотребительских привычек аудитории, вырастающих из поколенческих и стилевых расколов «цифровой молодежи» и аудитории традиционных медиа, что отражает новый уровень и формы фрагментации массовой аудитории. В условиях цифровой реальности постепенно формируется аудитория, медиапотребление которой характеризуется нелинейностью, высокой степенью вовлеченности, использованием мобильных устройств, а также самостоятельностью в создании контента массового потребления. Кроме того, наблюдается одновременное использование медиаресурсов для удовлетворения своих коммуникативных потребностей. При этом «в ситуации, когда ни один предложенный властью коммуникационный канал не может быть доминирующим для стейкхолдеров той или иной проблемы, задачи или ситуации, сохранение сложившейся линейной модели коммуникации невозможно.

По оценке исследователей, это может стать серьезной проблемой для политиков и государственных служащих, привыкших к работе «по старым образцам» коммуникации. Краеугольным камнем реализации является

поддержка, предоставляемая должностным лицам, которая должна помочь им понять и выполнять свои обязанности в отношении цифровизации. Установленные методы работы и внутренняя культура могут стать серьезным препятствием при разработке законов и политики открытой трансформации государственного управления. Государственные служащие, привыкшие работать в условиях секретности, иногда с устоявшейся практикой работы, которая не выдерживает общественного контроля, вряд ли найдут переход к более прозрачной системе легким.

Изменение системы связей с общественностью в данной ситуации позволит, с одной стороны, улучшить решение задач в выстраивании PR-коммуникации органов власти, с другой, – будет способствовать эффективному достижению национальной цели по цифровой трансформации. Это взаимодополняемый процесс, который подразумевает не только особенности, но и возможности, улучшающие систему государственного управления.

Во-первых, речь идет об улучшении имиджа и формировании позитивной репутации системы государственной власти: на смену прошлым, во многом стереотипным, образам «бюрократии» (с неэффективным бумажным документооборотом и низкой оперативностью, а подчас и классической волокитой) придет имидж современного государственного служащего, работающего «в ногу со временем», владеющего всеми необходимыми цифровыми компетенциями и способного решать задачи по обращениям граждан на основе новых технологий (онлайн, проактивно и т.д.). Обозначенная на федеральном уровне задача для госслужащих «развивать на местах культуру цифровой трансформации как корпоративную культуру» представляется актуальной именно с точки зрения PR.

Во-вторых, PR государственного управления в условиях цифровой трансформации способствует решению проблемы «позитивной вовлеченности» граждан в решение общих задач и развитие общих проектов (местного сообщества, региона, локальных, профессиональных и т.д.): за счет широкого распространения технологий онлайн-взаимодействия с государством многие проблемы будут решаться быстрее, люди будут видеть их эффективный результат, что сформирует чувство сопричастности в процессе взаимодействия государственной системы и активных граждан.

В-третьих, цифровая трансформация в государственном управлении открывает широкие возможности для самих PR-специалистов. За счет внедрения современных цифровых технологий повышается оперативность обмена информацией, в том числе, внутри отдельной организации и во взаимодействии между различными ведомствами. Не секрет, что при

планировании информационных поводов в системе государственного управления PR-специалист часто сталкивается с проблемой «найти нужную информацию», быстро получить согласованный материал, комментарий или необходимый документ. Оперативность крайне важна не только с точки зрения современных реалий информационного общества, но и с точки зрения антикризисного PR, работы с информационными рисками, особенно в условиях серьезных вызовов государственного масштаба. Цифровая трансформация в государственном управлении позволяет приблизить решение этой задачи.

В-четвертых, обозначенная в Указе Президента РФ № 474 для цифровой трансформации задача роста доли домохозяйств, которым обеспечена возможность широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет, до 97 процентов, меняет подходы к организации PR-сопровождения в государственном управлении (с точки зрения общих трендов в развитии информационного общества): на смену традиционным ранее источникам информации (газеты, телевидение) приходит интернет-пространство со своими требованиями к формам и качеству контента, скорости его распространения. Это подразумевает, что в условиях цифровой трансформации связи с общественностью будут все более ориентироваться на такие каналы распространения информации, как интернет-сайты, мессенджеры, социальные сети – в том числе, и в системе государственного управления.

В-пятых, широкое распространение цифровых технологий открывает большие возможности для анализа с точки зрения «обратной связи» (столь важной для системы связей с общественностью): если раньше обращения граждан, хранившиеся в бумажных архивах, обрабатывались с точки зрения статистики медленно и не всегда эффективно, то в настоящее время технологии электронного хранения и автоматической обработки информации способны быстро выявить и сгруппировать показатели по тем или иным направлениям. Это позволит PR-специалисту быстро выяснить, по каким поводам (в том числе проблемным) обращаются граждане в адрес власти (региона, города, страны) и какую информационную активность необходимо оперативно организовать в том или ином случае. Кроме того, такие актуальные сведения будут полезны при планировании целых PR-кампаний, в социологических исследованиях и т.п.

Как результат, *в-шестых*, PR государственного управления в условиях цифровой трансформации как нельзя близко подойдет к решению своей «классической» задачи по повышению уровня доверия граждан (целевой

аудитории) к организации, к государству, к органам власти и управления, будет способствовать гармонизации общественно-политических отношений.

Неслучайно в утвержденных Правительством России стратегических документах в качестве важного вызова (задачи) цифровой трансформации обозначено повышение удовлетворенности граждан государственными услугами, в том числе цифровыми услугами. В регионах России решение этой задачи находится на разном уровне.

Опыт Новосибирской области

Рассмотрим процесс организации связей с общественностью в системе государственного управления в условиях цифровой трансформации на примере Новосибирской области.

В соответствии с действующей в регионе государственной программой «Цифровая трансформация Новосибирской области», «государственная политика по созданию условий для масштабного применения цифровых технологий в социально-экономической деятельности Новосибирской области должна быть направлена на повышение эффективности государственного управления и местного самоуправления, взаимодействия гражданского общества и коммерческих организаций с органами государственной власти на основе внедрения цифровых технологий и платформенных решений в сферах государственного управления и оказания государственных услуг; создание условий для развития процессов информатизации приоритетных отраслей экономики и социальной сферы, включая здравоохранение, образование, промышленность, сельское хозяйство, строительство, городское хозяйство, транспортную и энергетическую инфраструктуру, финансовые услуги, посредством внедрения цифровых технологий и платформенных решений.

Цифровое развитие Новосибирской области в 2021 году получило новый виток: создан Совет по цифровому развитию, а также утверждена Стратегия в области цифровой трансформации. При разработке Стратегии в основу легли поручения Президента по достижению «цифровой зрелости» ключевых отраслей экономики, социальной сферы, государственного управления. Цифровая трансформация Новосибирской области охватила такие отрасли как государственное управление, здравоохранение, образование, социальная сфера, транспорт, городская среда, сельское хозяйство.

Рассмотрим направления, по которым в Новосибирской области ведется PR-сопровождение в условиях цифровой трансформации?

За последние годы обеспечено информирование граждан о доступных электронных услугах и сервисах электронного правительства, а также о преимуществах использования механизмов получения государственных и муниципальных услуг в электронной форме, в том числе путем установления единых стандартов популяризации электронных услуг. В 2019-2023 годах в регионе, как и в стране в целом, проведены популяризационные кампании в СМИ и обеспечено широкое информирование граждан о доступных электронных услугах и сервисах электронного правительства, а также о преимуществах использования механизмов получения государственных и муниципальных услуг в электронной форме, в том числе с применением единых стандартов популяризации электронных услуг.

В связи с вступлением в силу изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и защите информации», в 2022 году все органы государственной власти наделены обязанностью вести аккаунты в российских социальных сетях («ВКонтакте», «Одноклассники») – это дало мощный стимул по развитию обратной связи с гражданами. В настоящее время в Новосибирской области действует порядка 3500 пабликов органов государственной власти в соцсетях, через которые поступают тысячи обращений – по ним ведется практическая работа в управленческой системе (исправление недостатков, внедрение предложений, антикризисное реагирование и т.д.).

Обобщение практики PR-деятельности органов власти на примере Новосибирской области позволяет сгруппировать ряд направлений, которыми можно руководствоваться специалисту по связям с общественностью в работе по формированию позитивного отношения граждан к процессу цифровой трансформации и ее составляющим в разных отраслях. Речь идет о государственном управлении не только в узком смысле (как деятельности органов власти), но и в более широком значении как управлении разными сферами жизни общества, поскольку цифровая трансформация затрагивает целый комплекс направлений регионального развития. По всем из них ведется активная работа с точки зрения PR-коммуникации.

Рассмотрим перспективные направления PR-деятельности в условиях цифровой трансформации на примерах Новосибирской области с точки зрения предмета/фактуры для PR-специалиста в органах государственной власти.

Государственное управление

- новое качество предоставления государственных и муниципальных услуг, оказание услуг в проактивном режиме, отказ от

бумажных документов, переход к реестровой модели, и как следствие сокращение сроков предоставления услуг;

- цифровая трансформация контрольно-надзорной деятельности позволит обеспечить полностью удаленное взаимодействие контролирующих органов с бизнесом, а средства дистанционного мониторинга, рейтинги добросовестности хозяйствующих субъектов сведут к минимуму очные проверки;

- развитие систем внутренней автоматизации деятельности органов власти это прежде всего переход на безбумажный документооборот, внедрение систем поддержки принятия решений, основанных на данных, внедрение систем управления по отклонениям;

- развитие систем обратной связи с населением позволит гражданам решать свои вопросы более оперативно.

Здравоохранение

- развитие сервисов личного кабинета «Мое здоровье» - на портале Госуслуг: это электронная запись к врачам по направлениям, новые сервисы онлайн прикрепления, это доступ к более чем 50 видам электронных медицинских документов, результатам обследований, электронным рецептам на лекарственные препараты;

- развитие телемедицины и дистанционный мониторинг состояния здоровья повысят доступность оказания медицинской помощи и своевременное предупреждение развития заболеваний;

- проекты внедрения технологий искусственного интеллекта позволят повысить качество диагностики, а также помогут разгрузить медицинский персонал от рутинных операций.

Образование

- реализация крупных инфраструктурных проектов по увеличению скорости доступа к Интернету, строительству локальных сетей в школах, техническому перевооружению школ так и создание цифровых помощников для учителей, учеников и родителей;

- учитель получил возможность автоматизированного планирования рабочих программ и автоматизированной проверки домашних заданий. Ученикам электронные сервисы помогут управлять образовательной траекторией в соответствии с уровнем подготовки и интересами, родителям – дадут возможность автоматизированного подбора для ребенка образовательных организаций и программ;

- внедрение сервисов «Электронный детский сад», «Электронная школа»: подача заявлений на прием в образовательные учреждения, электронные школьные дневники и журналы.

Социальная сфера

- перевод отрасли в формат «Социального казначейства», что означает проактивное оказание мер соцподдержки, без предоставления со стороны граждан каких-либо документов и справок

Транспорт и логистика

- создание интеллектуальной транспортной системы, предусматривающей автоматизацию процессов управления дорожным движением в Новосибирской агломерации.
- использование цифровых двойников автомобильных дорог позволит повысить эффективность учета объектов транспортной инфраструктуры, эффективность планирования строительства и эксплуатации дорог;
- внедрение карты жителя позволит создать единую удобную систему оплаты проезда для граждан с учетом имеющихся льгот.

Городская среда

- внедрение единых платформенных решений в сфере городской среды позволит более оперативно решить насущные проблемы жителей, увеличить их вовлеченность в вопросы управления своим домом, городом, а также снизить энергопотребление при производстве, сбыте и потреблении коммунальных ресурсов.

Сельское хозяйство

- повышение эффективности управления отраслью: создание платформ с цифровыми профилями сельскохозяйственных угодий и животных, принятие решений на основе данных цифрового профиля;
- для фермера – увеличение производительности и снижение издержек, а для государства, обеспечение контроля эффективности использования бюджетных средств, оборота земель сельхозназначения;
- внедрение цифрового профиля «Господдержка АПК»: оформление фермерами документов на субсидии в электронном виде.

Лесная отрасль

- внедрение цифрового приложения iЕгерь (доступ для охотинспекторов ко всей базе охотников, с подключением соответствующей документации),
- первый регион в России: выдача электронных разрешений на охоту.

Выводы

В регионах России в условиях действующего комплекса вызовов и поставленных государственных задач достижение цели цифровой трансформации осуществляется по разным направлениям. Внедрение различных электронных, цифровых сервисов сопровождается активной коммуникационной политикой органов власти. Осуществляемая в рамках данной политики PR-деятельность профильных структур ведется по ряду направлений, позволяющих наглядно показать преимущества и цифровых сервисов для граждан. Кроме того, открываются новые возможности развития самой системы связей с общественностью в государственных структурах: они связаны с повышением оперативности информационных потоков, активизации обратной связи с целевыми аудиториями, формированием современного имиджа власти.

Об успешности применяемых в системе государственного управления PR-технологий в условиях цифровой трансформации свидетельствует рассмотренный на примере региональной практики Новосибирской области рост популярности электронных сервисов, кратное увеличение показателей их востребованности среди населения, госслужащих, институтов власти. Дальнейшее развитие системы связей с общественностью на этой основе будет способствовать формированию доверия граждан к новым сервисам как новым социально-политическим акторам в информационном обществе, гармонизации отношений общества и власти.

7.3. Перспективы развития политического PR в России

Вступление в информационную эпоху актуализирует ряд актуальных и даже проблемных аспектов взаимодействия власти и общества. За реалиями современного мира, обеспеченными развитием технологий, пока ещё не стоит их глубокого ценностного осмысления. Открытость информации, например, сама по себе не формирует готовности к диалогу, однако оставляет все меньше возможностей его избежать. В этой связи политический PR претерпевает изменения, связанные с использованием интернет-технологий – как с точки зрения самих технологических решений, так и их социального распространения. Сегодня все больше пользователей потребляют и создают контент для социальных сетей, Telegram-каналов – в них публикуются аналитические данные, ведутся дискуссии, разворачиваются политические кампании. Активно внедряются в политику технологии искусственного интеллекта. С этим связаны и перспективы развития политического PR. О тенденциях в этом направлении говорят многочисленные эксперты – ученые

и практикующие специалисты. Рассмотрим наиболее часто упоминаемые из них.

Развитие системы Telegram-каналов. «Золотое время» политического PR в России, по мнению Евгения Минченко, пришлось на начало нулевых: В свое время профессия политтехнолога была очень модной. На начало 2000-х годов пришлась эпоха больших бюджетов, которая продолжалась примерно до 2004 года, когда отменили губернаторские выборы. С тех пор всё постепенно шло по нисходящей. Однако благодаря развитию соцсетей и особенно появлению Telegram произошёл подъём политического PR. Во-первых, из-за низкого порога входа практически каждый, независимо от образования и репутации, может завести канал и продвигать свои политические взгляды. Благодаря этому появилось много ресурсов, которые отчасти берут на себя функции СМИ: публикуют новости и инсайты, делятся мнениями и собственной аналитикой. Большой вопрос: можно ли это называть политическим PR или это медийная история. Создать редакцию анонимного Telegram-канала стоит недорого, но если попасть в какую-то нишу, то можно достаточно быстро стать лидером в ней. Правда, сейчас эта эпоха уже проходит – основные ниши заняты. Во-вторых, толчком для развития политического PR в соцсетях стало распоряжение Правительства РФ, которое обязало госорганы быть открытыми для общества и вести свои страницы в «Одноклассниках» и VK. Это значительно изменило правила игры в политическом PR. Новое распоряжение позволяет госорганам тратить деньги на работу в интернете, и это хорошо: государственные соцсети налаживают качественную обратную связь с населением и помогают людям в решении их повседневных проблем. Однако тут возникает другая сложность: кто и как будет вести эти паблики – это определенный кадровый и профессиональный вызов для нового поколения PR-специалистов.

Рост интерактивности и оперативности – современные технологии политического PR способствуют тому, что государственные органы быстрее реагируют на обращения граждан. Традиционная проблема в коммуникациях госорганов – это формализм в ответах на запросы или жалобы граждан. Эта ситуация постепенно меняется, чиновники учатся разговаривать с населением понятным языком без канцелярских оборотов и стандартных отсылок к законам. Люди активно пишут на страницах органов власти какие-то обращения или жалобы. И когда власть им отвечает в течение нескольких часов, мы видим достаточно позитивный отклик от населения. Например, Федеральный закон №59 говорит, что у власти есть целый месяц для того, чтобы вывезти мусор из контейнеров, которые стоят во дворе. Но благодаря

новому подходу в работе с обращениями срок реакции на них снижается до нескольких часов.

Большой бизнес меньше участвует в избирательных кампаниях Эксперты также отмечают другой заметный тренд в политическом PR – крупные корпорации резко снизили участие в избирательных кампаниях. Так, в начале 2000-х компании-гиганты активно поддерживали организационно и финансово различных кандидатов на региональных выборах депутатов и губернаторов. В настоящее время такое участие минимизировано.

Растёт число недостоверных данных. Следующий вызов для политического PR, о котором много говорят и эксперты, и потребители контента, – это фейки. Для государственных PR-специалистов в этом направлении есть две большие задачи. С одной стороны, это борьба с недостоверной информацией, а с другой – это формирование у населения навыков восприятия фейковой информации. То есть нужно научить людей определять, из каких источников можно черпать информацию, какой информации можно верить. Например, фактчекинг-проект АНО «Диалог Регионы» «Лапша Медиа» – это один из инструментов выращивания критического мышления и привлечения людей к проверке информации.

Кадры уходят в большую политику и в бизнес. Если говорить о кадровых изменениях в политическом PR, то эксперты отмечают сокращение специалистов среднего уровня и связывают это с падением запроса на PR-кампании «под ключ». К нам стучится много специалистов с запросом «Ребята, возьмите нас на какую-нибудь кампанию». А мы не ведем масштабных кампаний «под ключ», такого запроса практически больше нет. Типовая схема: работает административная и партийная структура и несколько внешних консультантов по стратегии и образу. А эти потребности мы закрываем штатными специалистами. Соответственно, средний слой специалистов (полевиков, организаторов, медийщиков) начинает вымываться. Эксперты связывают такое падение интереса к политическим PR-кампаниям «под ключ» с двумя факторами: с одной стороны, партии уже имеют собственных политтехнологов высокого уровня, с другой стороны, политтехнологи сами нередко становятся чиновниками. На кадровом рынке политических PR-специалистов эксперты отметили еще один процесс – региональные кадры, получив достаточный опыт и репутацию, уходят в коммерческие структуры. На уровне региона вопрос с трудоустройством в сфере PR стоит остро. На работу приходят молодые специалисты – хорошо, если это выпускники факультета журналистики или связей с общественностью, – проходит полгода-год, и их тут же забирает бизнес на более высокие зарплаты. Получается, региональные правительства – это

стартовая площадка для неплохих PR-специалистов, но потом их приглашают работать коммерческие структуры.

Политическому PR нужна осмысленность. Нередко на различных форумах, посвященных политическому PR, в центре внимания находятся кадры, деньги, развитие технологий. Но порой PR-специалисты забывают говорить про смыслы: Зачем мы это делаем? Зачем нам эти инструменты? А это, наверное, сейчас главный вопрос, особенно в связи с последними мировыми событиями. Идет борьба за умы, и тот, кто первый добивается до истины и подаёт её в правильном формате, тот и выигрывает. Вано помнить, что SMM, пресс-релизы, контент-маркетинг – это только инструменты, которые должны служить какой-то цели, и PR-специалисты, в политической или корпоративной сферах, должны быть способны определить такую цель. Именно благодаря сформулированным и озвученным меседжам люди принимают решение, кому доверять в политике, а кому – нет.

Подводя итоги, отметим: специалист по связям с общественностью в настоящее время является востребованным в политической сфере жизни общества. Серьезные изменения в политике, как внутри страны, так и на международной арене делает востребованными компетенции профессионалов политического PR. Здесь, как и в профессии в целом, активно изменяются PR-технологии, внедряются цифровые ресурсы, расширяются возможности интернет–пространства. Для успешного владения необходимыми компетенциями PR-специалисту важно находиться в постоянном профессиональном саморазвитии, обновлять свои знания и совершенствовать практический опыт.

Таким образом, политический PR на данный момент является одним из важнейших направлений политического менеджмента, действует в политических партиях, государственных учреждениях, составляет основу избирательных кампаний. Широкий комплекс PR-деятельности включает в себя ряд технологий и инструментов, связанных с формированием имиджа лидера/кандидата и партий, выстраиванием связей с медиа, организацией специальных мероприятий в политике, интернет-продвижением. Связи с общественностью в политике применяются в противодействии информационным войнам и манипуляциям, служат целям выстраивания доверия граждан к политикам и системе государственного управления.

По итогам изучения данного курса вы не просто будете иметь представление о том, как строится работа сферы связей с общественностью в политической сфере, но и сможете профессионально воплотить свои компетенции специалиста-практика в политическом PR.