

УДК 35

Применение инструментов Public Relations в государственном и муниципальном управлении: современные тренды

**Фугалевич Е.В.**

Доцент кафедры государственного и территориального управления Санкт-Петербургского государственного экономического университета

**Родзевич В.Н.**

Старший инспектор отдела по работе с обращениями граждан и организаций Комитета по тарифам Санкт-Петербурга

В настоящее время развитие инструментария в сфере коммуникаций управленческих структур с населением становится неотъемлемой частью функционала органов государственного и муниципального управления. В рамках данной статьи авторы хотели продемонстрировать, что активное внедрение инструментов Public Relations в государственном и муниципальном управлении – это необходимые требования современного общества, что способствует плодотворному взаимодействию населения, власти и бизнеса, повышению эффективности деятельности органов государственного и муниципального управления в интересах граждан.

Ключевые слова: Public Relations, PR в государственном и муниципальном управлении, PR-инструменты, связь с общественностью, целевые группы общественности

Российская Федерация сегодня столкнулась с беспрецедентным давлением со стороны недружественных стран во всех сферах своего развития. Так называемый санкционный режим оказывает влияние на внутрисполитическую и внешнеполитическую ситуацию в стране, что влияет на репутацию и имидж органов государственной и муниципальной власти. В связи с этим возникает потребность применения и развития современных PR-инструментов.

В современном мире общественное мнение играет ключевую роль в формировании имиджа государственных и муниципальных органов и их руководителей, в связи с этим PR-инструменты становятся неотъемлемой частью работы государственных и муниципальных структур, помогая им эффективно взаимодействовать с общественностью, управлять имиджем и разрешать кризисные ситуации.

Термин *public relations (PR)* впервые был употреблен Томасом Джефферсоном в его обращении

к Конгрессу. Термин активно использовался в 1830-х гг., и в тот период времени значение его трактовалось как «действие во благо общества».

На сегодняшний день единого общепринятого определения понятия *PR* не существует, однако авторы статьи тяготеют к объяснению данного понятия, описанного таким автором, как А.Д. Кривоносова. Она в своих работах определяет PR как некую управленческую коммуникационную деятельность (набор социальных практик, инструментов), которая направлена на оптимизацию взаимодействий значимых сегментов социальной среды с социальными субъектами [1].

С середины 1990-х гг. российское общество кардинально изменилось. От этатического с централизованным управлением социально-экономической сферой общество двинулось к демократии или так называемому западноевропейскому типу, в связи с чем резко возросла потребность управленческой

деятельности, одной из составляющей которой является направление «связи с общественностью».

В последние годы начал развиваться государственный пиар, деятельность которого направлена на продвижение образов органов власти и государственных лиц, которые способствуют повышению их имиджа в глазах населения.

Президент РФ В.В. Путин в свое время сказал: «Демократия заключается в возможности непрерывного влияния на власть и процессы принятия ею решений. Соответственно, она должна иметь определенные механизмы постоянного и прямого действия, эффективные каналы диалога, общественно-государственного контроля, коммуникации и обратной связи».

Исходя из выше сказанного, под связью с общественностью или коммуникацией с общественностью можно понимать взаимодействие органов государственной и муниципальной власти с целевой аудиторией, целевыми группами общества, общественности (ЦГО), направленное на реализацию конституционных основ российского государства, а именно реализация права граждан на доступ к информации о деятельности органов государственной и муниципальной власти, если таковая не составляет какую-либо тайну [2].

Связи с общественностью (СО) или коммуникации с общественностью (КО) – это вид социального управления, его цель заключается в том, что управляемую систему субъект управления приводит в желаемое состояние для него, где субъектом управления выступает сторона, принимающая управленческое решение, а объектом – сторона, на которую это решение направлено.

В данном случае важнейшим ресурсом выступает информация, т.е. некоторый набор данных, который необходим в процессе принятия и реализации управленческих решений.

СО (КО), как мы уже говорили, являются одной из форм социального управления, которая соотносится с целями деятельности государства. Цель государственного и муниципального управления – обеспечение скоррелированного взаимодействия всех ЦГО. В связи с этим можем сделать вывод, что государство является посредником между всеми общественными группами. Исходя из данной интерпретации, выделим некоторые задачи коммуникации с общественностью в органах государственной и муниципальной власти, которые представлены на рисунке 1.

Отметим, что коммуникации с общественностью в органах государственной и муниципальной власти представляются самостоятельной сферой государственного и муниципального управления, включающей в себя выстраивание коммуникативного пространства, аналитику, правотворчество, а также исследовательскую деятельность [3].

Отличительными чертами СО (КО) являются:



Рис.1. Задачи *Public Relations* в органах государственной и муниципальной власти [3]

- вовлечение общественности в процессы принятия управленческих решений;
- информационный объем с использованием различных средств коммуникаций;
- ориентация на компромисс;
- достоверность.

Коммуникации с общественностью присущи такие функции, как функция контроля мнения и поведения общества; функция учета и анализа событий и реагирование на них; функция, направленная на создание взаимовыгодных отношений между социальными группами общества.

С появлением интернет-пространства и его составляющих взаимодействие между властью, бизнесом и обществом вышло на новый уровень.

Согласно Конституции Российской Федерации, важной обязанностью органов государственной и муниципальной власти является признание приоритета, соблюдения защиты прав и свобод человека (ст.ст. 2 и 18).

В недавнем прошлом, в процессе разрешения проблемных вопросов гражданину было необходимо пройти множество инстанций для получения определенного решения (ответа). С появлением и развитием информационных технологий гражданин может напрямую обратиться в компетентный орган власти для того, чтобы решить возникшую проблему.

We Are Social u Hootsuite ежегодно представляют отчеты *Global Digital*, в которых публикуется информация о социальных сетях и интернете вообще со всего мира. Согласно представленным данным, население земного шара достигло уже 8,01 млрд чел., интернет-пользователями из которых являются 64,4 %, на 2023 г. их число выросло на 1,9 % по сравнению с 2022 г. [4].

Пользователями социальных сетей являются 4,76 млрд чел., на 2023 г. их число выросло на 3 % по сравнению с 2022 г. [5].

Проводя исследование использования *digital*-среды, цифровой среды населением планеты за десятилетний период, мы можем наблюдать тенденции к росту использования данной среды (рис. 2).

Использование платформ является действенным инструментом интернет-продвижения. Оно способствует эффективной реализации интернет-коммуникаций с общественностью [3].

Его ключевое преимущество – оперативное взаимодействие, что ранее являлось проблемой, а также

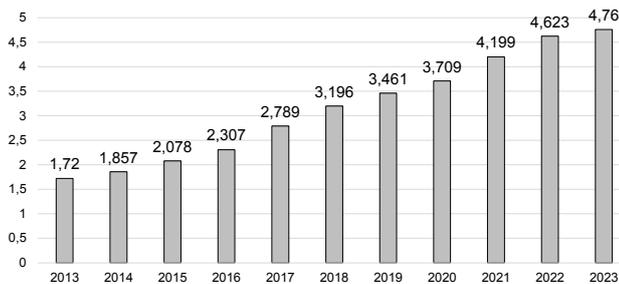


Рис. 2. Динамика изменений численности пользователей социальных сетей за 2013–2023 гг., млн чел. [5]

возможность быстрой обратной связи со стороны общественности, что способствует поддержанию положительного имиджа органов государственной и муниципальной власти.

Отметим, что положительный имидж и репутация органов государственной и муниципальной власти в настоящее время еще только формируется. Сложившиеся за многие годы стереотипы продолжают сказываться на имидже органов власти и его сотрудниках в связи с минимальной освещенностью их деятельности.

В 2022 г. были внесены поправки в Федеральный закон от 09.02.2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», в соответствии с которыми государственные и муниципальные органы власти должны создавать и вести социальные страницы в социальных сетях, список которых утверждается Правительством РФ, для размещения информации о своей работе [5; 7].

Во исполнение законодательства за последние пару лет присутствие государственных служащих значительно выросло и эволюционировало. Если раньше с деятельностью госсектора можно было ознакомиться в основном в новостях, то сейчас результаты их деятельность публично освещены и находятся в свободном доступе в виде популярных пабликов, сообществ или аккаунтов чиновников в сети Интернет, ведением которых занимаются квалифицированные специалисты (*PR*-специалисты/копирайтеры).

Согласно данным АНО «Диалог Регионы», на ноябрь 2023 г. количество официальных страниц государственных учреждений в социальных сетях выросло на 123 тыс. и достигло 220 тыс. Наиболее популярными платформами среди государственных и муниципальных органов власти стали ВКонтакте и Одноклассники, на их долю приходится 201,5 тыс. пабликов, а в социальной сети *Telegram* было создано более 18 тыс. каналов.

Активность пользователей социальных сетей свидетельствует, что граждане заинтересованы в открытости государственных и муниципальных органов власти, учитывая количество подписчиков на аккаунтах ВКонтакте. Также эти данные говорят об

активном взаимодействии органов власти с общественностью путем ведения сообществ, в которых освещается деятельность властей.

Как говорилось ранее, ведением большинства аккаунтов высокопоставленных лиц занимаются подготовленные специалисты, главной задачей которых является грамотное выстраивание взаимоотношений с гражданами путем личной переписки, отслеживания региональных пабликов, которые освещают проблемы районов, городов и иных территориальных единиц, находящихся в ведомстве органов власти.

В качестве примера для подтверждения цепочки действий властей в социальных сетях, которые решают проблемы населения, можно рассмотреть Псковскую область. Губернатором области является Ведерников Михаил Юрьевич, исследуя его аккаунт ВКонтакте можно увидеть освещение деятельности в виде проведенных мероприятий и проследить равнодушное отношение к гражданам и ситуациям в мире, которые затрагивают все слои населения. На территории Псковской области расположен город Великие Луки. В данном городе активно ведется паблик населения под названием «Подслушано Великие Луки», в котором каждый гражданин может опубликовать запись и описать проблемы, имеющиеся в городе. Администрация города, следит за данным пабликом, но не всегда реагирует. В связи с чем записи пересылаются напрямую губернатору, и он в свою очередь поднимает вопрос о решении проблем населения.

Социальные сети являются действительно эффективным инструментом в работе государственных и муниципальных структур, который не только помогает поддержать имидж служащих, но и способствует оперативному решению проблем разного характера. В случае, если администрация города не реагирует на жалобы населения, можно напрямую обратиться к руководству региона. Без представителя власти на различных платформах и аккаунтах большинство проблемных ситуаций оперативно не могли бы разрешиться в силу несвоевременной осведомленности властей.

Социальные сети – это один из *PR*-инструментов, который позволяет органам государственной и муниципальной власти анализировать и оценивать проблемные ситуации, оценивать степень удовлетворенности населения деятельностью органов власти.

Отметим, что социальные сети можно представить с разных сторон:

– во-первых, с позиции, что власти рассматривают социальные сети как дополнительный канал для передачи официальной информации, а общение является односторонним, чтобы обеспечить максимально широкий охват аудитории [5];

– во-вторых, с позиции, способа взаимодействия власти и общества. диалог, общение становится инте-

рактивным, и официальные лица начинают получать информацию и комментарии от пользователей [5];

– в-третьих, с позиции некой транзакции в данном случае власти работают, взаимодействуют с гражданами в поле разработок планов, политик и т.д. [5].

Государственные институты сегодня вынуждены адаптироваться к новым способам взаимодействия с общественностью. Данные способы позволяют контролировать информационное пространство и устанавливать конструктивный диалог с населением.

А.Н. Расходчиков декоммунизирует разрыв в коммуникациях как препятствие для установления диалога между правительством и обществом из-за того, что действия властей не соответствуют темпам и масштабам развития интернет-технологий гражданами [6].

Как мы уже говорили, государственные и муниципальные структуры в настоящий момент имеют структурные подразделения, занимающиеся вопросами коммуникаций с общественностью (PR-службы). Эти службы осуществляют деятельность по доведению официальной информации о работе органов власти до целевой аудитории и налаживанию диалога между ними. Все это способствует формированию и развитию положительного имиджа органов власти, их руководителей и сотрудников через различные каналы коммуникации, одним из которых являются социальные сети.

Еще одним наиболее популярным и не менее важным PR-инструментом являются специальные мероприятия, перечень которых представлен на рисунке 3.

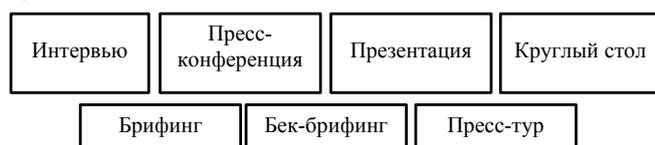


Рис. 3. Инструменты *Public Relations*

Представленные на рисунке мероприятия в совокупности с использованием социальных сетей приводят к ожидаемым результатам эффективного взаимодействия власти, бизнеса и общества в интересах населения и удовлетворению его потребностей.

В заключении отметим, что социальные сети играют огромную роль не только в жизни отдельных людей, но и в деятельности различных властных структур. Активное ведение платформ со стороны представителей органов власти способствует оперативному взаимодействию сектора B2G, благодаря которому достаточно быстро решаются проблемы населения. Помимо этого, общественность в свободном доступе может ознакомиться с деятельностью органов власти для разрушения сложившихся стереотипов, повышения доверия и имиджа властей в глазах населения.

Таким образом, современные вызовы и тренды в социально-экономической и политической жизни

общества требуют для повышения эффективности управления применения современных инструментов и технологии. Эффективность государственного и муниципального управления невозможна без применения PR-инструментов. Применение таких инструментов позволяет установить надежные связи между государством, бизнесом и обществом, что, безусловно, влияет на эффективность государственное и муниципальное управления и повышается доверия населения к власти, формируя положительный имиджа органов управления и укрепляя их репутацию.

Литература:

1. Борщевский Г.А. Связи с общественностью в органах власти: учеб. и практикум для вузов. – М.: Изд-во Юрайт, 2024. – 261 с.
2. Кривоносов А.Д. Основы теории связей с общественностью. – СПб.: Питер, 2010. – 384 с.
3. Ачкасова В.А. [и др.]. Связи с общественностью в органах власти: учеб. и практикум для вузов / Под ред. В.А. Ачкасовой, И.А. Быкова. – М.: Изд-во Юрайт, 2024. – 163 с.
4. DIGITAL 2022: Another year of bumper growth // We are social. – URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> (дата обращения: 18.05.2024).
5. Рослякова М.В. Социальные сети в деятельности органов исполнительной власти: адаптация к новым способам взаимодействия // Социодинамика. – 2022. – № 7. – С. 42–56.
6. Расходчиков А.Н. Информационно-коммуникационное взаимодействие власти и общества: в поиске эффективных технологий // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2017. – № 2. – С. 263–273.
7. Федеральный закон от 09.02.2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» // СПС КонсультантПлюс.

Application of Public Relations Tools in State and Municipal Management: Current Trends

Fugalevich E.V.

Saint-Petersburg State University of Economics

Rodzevich V.N.

St. Petersburg Tariff Committee

Currently, the development of tools in the field of communication between management structures and the public is becoming an integral part of the functionality of state and municipal government. Within the framework of this article, the authors wanted to demonstrate that the active introduction of Public Relations tools in state and municipal management are necessary requirements of modern society, which contributes to fruitful interaction between the population, government and business, and increases the efficiency of state and municipal government in the interests of citizens.

Key words: Public Relations, PR in state and municipal management, PR tools, public relations, target groups of the public

