

УДК 004.9

Белова Дарья Степановна, бакалавр, Московский Государственный

Университет им. М. В. Ломоносова, г. Москва

Кирячек Никита Эдуардович, магистрант, Российская академия народного

хозяйства и государственной службы при Президенте Российской

Федерации, г. Москва

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В РАБОТЕ С

ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ЦИФРОВЫМИ ПЛАТФОРМАМИ

Аннотация: В статье рассматривается трансформация связей с общественностью (PR) в условиях цифровизации государственного управления. Анализируется роль PR-инструментов в повышении эффективности коммуникации между государством и гражданами. Особое внимание уделяется таким аспектам, как интерактивность, прозрачность, управление репутацией и обратная связь в цифровой среде. Автор подчеркивает необходимость адаптации PR-инструментов к новым технологическим реалиям, включая использование чат-ботов, персонализированных рассылок и краудсорсинга, а также сохранение традиционных методов коммуникации для преодоления цифрового неравенства.

Abstract: The article examines the transformation of public relations (PR) in the context of digitalization in public administration. It analyzes the role of PR tools in enhancing communication efficiency between the state and citizens. Special attention is given to aspects such as interactivity, transparency, reputation management, and feedback in the digital environment. The author emphasizes the need to adapt PR tools to new technological realities, including the use of chatbots, personalized messaging, and crowdsourcing, while retaining traditional communication methods to bridge the digital divide.

Ключевые слова: государственные цифровые платформы (ГЦП), связи с общественностью (PR), цифровизация, интерактивность, прозрачность, обратная связь.

Keywords: state digital platforms, public relations (PR), digitalization, interactivity, transparency, feedback.

В условиях глобальной цифровизации вопрос о внедрении цифровых инструментов занял важное место в органах государственного управления. Связи с общественностью (далее — PR) в этих обстоятельствах приобретают новое значение: адаптируются к работе с государственными цифровыми платформами (ГЦП). Система государственных услуг в Российской Федерации достаточно успешно проходит стадию электронного правительства, на которой функционал государственных информационных систем был переориентирован на формирование электронного взаимодействия с гражданами и бизнесом.¹ Государственные цифровые платформы представляют собой интегрированные информационно-коммуникационные системы, которые, в частности, направлены на рост эффективности коммуникации между государством и гражданами. Кроме того, ГЦП ориентированы на оптимизацию предоставления публичных услуг.² В данном контексте PR-деятельность перестает быть исключительно инструментом односторонней коммуникации, а становится механизмом обеспечения прозрачности, вовлеченности и доверия в цифровой среде.³

Государственные цифровые платформы, такие как портал «ГосУслуги», системы электронного документооборота, «ЕМИАС» и прочие, создают принципиально новые условия для PR-стратегий и практик в сфере связей с общественностью. Технологии Веб 2.0 обеспечивают интерактивность и активизацию гражданского общества, что радикально меняет традиционные

¹ Стырин Е. М., Дмитриева Н. Е., Синятуллина Л. Х. Государственные цифровые платформы: от концепта к реализации // Вопросы государственного и муниципального управления. 2019. №4. С. 32.

² Дамбуева В. Ю. Методика анализа PR-деятельности органов государственной власти // Государственная служба. 2021. № 3. С. 33–38.

³ Конов В. В. Развитие диалога в сети как новый формат PR-деятельности органов власти // Коммуникология. 2021. Т. 9. № 1. С. 112–126.

каналы коммуникации.⁴ Традиционные методы связей с общественностью чаще всего основаны на медиа-воздействии, но постепенно дополняются интерактивными форматами, включая чат-боты, автоматизированные рассылки (такие рассылки, в частности, использует платформа «ГосУслуги») и персонализированные стратегии. Это позволяет не только оперативно реагировать на запросы общества, но и прогнозировать тренды общественного мнения, что особенно важно в кризисных ситуациях.⁵

Важнейшим аспектом PR-деятельности в цифровой государственной сфере является обеспечение всесторонней информационной прозрачности. Граждане, которые используют ГЦП в повседневной жизни, ожидают не только постоянного и качественного доступа к сервисам, но и понятного объяснения принципов работы платформ, защиты их персональных данных и механизмов принятия решений. Важнейшим подпунктом коммуникации в работе с ГЦП являются разноплановые адаптированные под каждый слой целевой аудитории сообщения. Контент на цифровых площадках должен быть адаптирован под различные аудитории, включая малоподготовленных пользователей, чтобы обеспечить доверие и прозрачность.⁶

Следующий фактор, который способен критически повлиять на качество PR-деятельности в сфере ГЦП — управление репутацией и связи с общественностью в период кризисов. Поскольку цифровые сервисы становятся основным каналом взаимодействия с обществом, технические сбои или задержки могут привести к росту недовольства. PR-команды должны разрабатывать превентивные стратегии, включая оперативное

⁴ Быков И. А. PR, технологии Веб 2.0 и электронное правительство в России // Информационная политика. 2020. № 15. С. 1–9.

⁵ Глухов А. П. Влияние сопротивления цифровизации на процесс диффузии цифровых платформенных решений // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2019. № 48. С. 57–82.

⁶ Дамбуева В. Ю. Методика анализа PR-деятельности органов государственной власти // Государственная служба. 2021. № 3. С. 33–38.

информирование о проблемах и публикацию отчетов о качестве работы платформ.⁷

Важнейшее место занимает обратная связь с пользователями, которая в условиях цифровой среды приобретает непрерывный характер. Инструменты краудсорсинга, формы обратной связи и онлайн-опросы предоставляют возможность адаптировать PR-стратегии в режиме реального времени. Однако важно учитывать цифровое неравенство: часть аудитории остается исключенной из цифровых каналов, что требует сохранения традиционных методов коммуникации.⁸

Таким образом, связи с общественностью в работе с государственными цифровыми платформами трансформируется в сторону большей интерактивности и адаптивности. Эффективная стратегия должна сочетать технологии data-driven коммуникаций с принципами социальной ответственности.⁹ Дальнейшие исследования могут быть направлены на анализ эффективности конкретных PR-инструментов в условиях цифровизации государственного управления, а также на изучение влияния цифровых платформ на уровень доверия к государственным институтам.

⁷ Конов В. В. Развитие диалога в сети как новый формат PR-деятельности органов власти // Коммуникология. 2021. Т. 9. № 1. С. 112–126.

⁸ Глухов А. П. Влияние сопротивления цифровизации на процесс диффузии цифровых платформенных решений // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2019. № 48. С. 57–82.

⁹ Дамбуева В. Ю. Методика анализа PR-деятельности органов государственной власти // Государственная служба. 2021. № 3. С. 33–38.

Литература

1. Быков И. А. PR, технологии Веб 2.0 и электронное правительство в России // Информационная политика. 2020. № 15. С. 1–9.
2. Глухов А. П. Влияние сопротивления цифровизации на процесс диффузии цифровых платформенных решений // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2019. № 48. С. 57–82.
3. Дамбуева В. Ю. Методика анализа PR-деятельности органов государственной власти // Государственная служба. 2021. № 3. С. 33–38.
4. Конов В. В. Развитие диалога в сети как новый формат PR-деятельности органов власти // Коммуникология. 2021. Т. 9. № 1. С. 112–126.
5. Стырин Е. М., Дмитриева Н. Е., Синятуллина Л. Х. Государственные цифровые платформы: от концепта к реализации // Вопросы государственного и муниципального управления. 2019. №4. С. 32.

References

1. Bykov I. A. PR, Web 2.0 Technologies and E-Government in Russia // Information Policy. 2020. No. 15. Pp. 1–9.
2. Glukhov A. P. The Impact of Digitalization Resistance on the Diffusion of Digital Platform Solutions // Tomsk State University Journal of Economics. 2019. No. 48. Pp. 57–82.
3. Dambueva V. Yu. Methodology for Analyzing PR Activities of Public Authorities // Public Administration Issues. 2021. No. 3. Pp. 33–38.
4. Konov V. V. The Development of Online Dialogue as a New Format of PR Activities in Government // Communicology. 2021. Vol. 9. No. 1. Pp. 112–126.
5. Styrin E. M., Dmitrieva N. E., Sinyatullina L. Kh. State Digital Platforms: From Concept to Implementation // Public Administration Issues. 2019. No. 4. P. 32.