

Секция «Государственное и муниципальное управление»

Современное информационное пространство как сфера деятельности служб по связям с общественностью.

Коноплева Тамара Викторовна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет государственного управления, Москва, Россия

E-mail: tvkonopleva@mail.ru

Информационное пространство является сферой, где ведут свою деятельность службы по связям с общественностью. Для того что бы осуществлять свою деятельность на высоком профессиональном уровне специалистам по связям с общественностью крайне важно понимать современные реалии и тенденции развития информационной сферы, в которой они работают, внедрять новые технологии для предоставления гражданам информации о деятельности органов власти, новые формы взаимодействия с гражданами, повышать открытость ФОИВ.

В современной политической сфере остро стоит вопрос открытого взаимодействия между политическими акторами, между органами государственной власти и гражданским обществом, обмена между ними различными сообщениями, новостями, информационными сигналами.

В нашем исследовании мы придерживаемся мнения М. Кастельса об информационном пространстве как совокупности определенных структур (индивидов, их групп и организаций), соединенных информационными отношениями, т.е. отношениями сбора, производства, распространения и потребления информации[2]. Стоит отметить, что согласно Кастельсу, зарождающееся «информациональное общество» строится таким образом, что «генерирование, обработка и передача информации стали фундаментальными источниками производительности и власти»[1, 42-43]. Именно этот тезис позволяет предположить, что службы по связям с общественностью в органах власти, генерируя информацию внутри ведомства, формируя информационные сообщения о деятельности органов власти, осуществляя передачу этой информации в СМИ, являются субъектом власти.

За последние несколько лет информационное пространство в России значительно изменилось, появились новые каналы коммуникации, новые политические акторы. Граждане активно пользуются Интернетом, в том числе мобильным, используют беспроводные сети Wi-Fi, для общения и получения оперативной информации активно используют социальные сети, блоги, выкладывают фотографии с мобильных телефонов в instagram о событиях, происходящих вокруг них. По данным Mail.Ru Group в 2013 году количество пользователей использовавших мобильный интернет выросло на 54%, 29% пользователей Рунета в сентябре текущего года выходили в Сеть с мобильных устройств. Агентство «We are social» предоставило отчет по состоянию на январь 2014 года, согласно которому проникновение интернета в России составляет 53%, и это почти 76 млн человек от общего числа населения страны, превышающего 142,5 млн человек[4].

Эти тенденции в развитии информационного пространства свидетельствуют, о том, что службам по связям с общественностью нужно использовать новые каналы коммуникации с гражданами, разрабатывать приложения для мобильных устройств, чтобы

пользователи могли получать информацию в удобном для них виде. Так, например, на сайте Минпромторга России доступен годовой отчет о деятельности Минпромторга России в электронном формате для планшетных и мобильных устройств. Годовой отчет можно скачать как для устройств, работающих на операционной системе Android, так и для устройств, работающих на операционной системе Apple iOS. На сайте МЧС России создано мобильное приложение «Мобильный спасатель» - для оперативной связи граждан со службой спасения, с помощью которого при нажатии одной кнопки мобильных устройств, можно сообщить о месте произошедшей чрезвычайной ситуации. Возможности оперативного взаимодействия с гражданами в последнее время стоят первой задачей перед ФОИВ.

Последнее десятилетие активно развиваются сетевые СМИ. Федеральные СМИ перестают быть первоисточниками информации, значительно уступая сетевым СМИ в оперативности предоставления информации, поскольку их возможности не ограничены графиком выхода в печать и т.п. Сетевые СМИ обладают большей степенью независимости, в отличие традиционных СМИ. К преимуществам сетевых СМИ относятся возможность размещать в любое время большие объемы информации, аудио-, видео- и фотоматериалы, их отличают удобство и скорость предоставления информации.

По результатам проведенного информационным каналом Subscribe.ru исследования популярности сетевых и традиционных СМИ, за десять лет доля ежедневной аудитории сетевых СМИ выросла в 1,7 раз (с 36% до 62%)[3].

Для служб по связям с общественностью для выбора канала коммуникации с различными аудиториями важно понимать какими источниками информации пользуется та или иная категория граждан. Анализ источников информации показал, что среди традиционных СМИ, «Российская газета» воспринимается общественностью, как правительственная, «рупор Кремля» и читают ее, в основном, юристы, представители властных структур. Среди граждан популярны такие издания, как «Московский комсомолец», «Аргументы и факты», «Ведомости», которые преподносят события в виде «жареных» фактов, используя понятную лексику, сопровождая публикации картинками и карикатурами.

Среди сетевых изданий (которые можно разделить по следующим категориям: новостные ленты, сетевые онлайн-издания и электронные версии традиционных газет) ключевые позиции занимают среди новостных лент: Яндекс.Новости (45% от числа аудитории сетевых СМИ), Lenta.Ru (33%), среди сетевых онлайн-изданий наиболее востребованы: Вести.Ру (19%), Газета.Ру (19%), среди электронных версий газет: «Аргументы и факты» (23%), «Комсомольская правда» (13%).

Используя востребованные со стороны общественности каналы информации службы по связям с общественностью способны привлечь серьезное внимание ключевых аудиторий к происходящим политическим событиям страны: проведению реформ, изменению законодательной базы и т.п.

При этом стоит отметить, что в последнее десятилетие доверие ко всем категориям СМИ со стороны граждан резко снизилось, о чем свидетельствуют и полученные результаты исследования: недоверие к любым СМИ испытывают почти 40% респондентов[3].

На сегодняшний день, информация, подаваемая через федеральные СМИ серьезно отличается от информации, транслируемой пользователями в социальных сетях, о чем

свидетельствует ситуация с освещением прошедших XXII Олимпийских зимних игр в Сочи. Посты в социальных сетях давали более негативную оценку происходящих событий: о коррупционных фактах, неудовлетворительной организации проведения Олимпийских игр и т.п. Поэтому представляется целесообразным рекомендовать службам по связям с общественностью большее внимание уделять работе с социальными сетями.

Эффективным инструментом в деятельности служб по связям с общественностью является мониторинг СМИ, который позволяет оперативно найти все упоминания органа власти в прессе за любой временной период и скоординировать информационные кампании по освещению того или иного направления работы ведомства, спрогнозировать возможные риски, а при необходимости предпринять меры по опровержению опубликованной информации.

От медиаобразов, формируемых посредством СМИ, зависит также доверие граждан к органам власти, легитимация принимаемых ими решений. Службам по связям с общественностью органов власти нужно стараться занимать активные позиции в формировании медиаобразов ведомств, не отдавая инициативу в руки СМИ.

Литература

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ-ВШЭ, 2001.
2. Castells M. The Rise of the Network Society. Oxford, 1996.
3. Рейтинг сетевых СМИ [Электронный ресурс]: [subscribe.ru](http://digest.subscribe.ru/inet/inet/n1297356850.html). — Режим доступа: <http://digest.subscribe.ru/inet/inet/n1297356850.html>. — Загл. с экрана.
4. We are social: соцсети охватили 50% россиян [Электронный ресурс]: информационно-аналитический портал Adindex.ru — Режим доступа: <http://www.adindex.ru/news/researches/2014/01/16/105729.phtml>. — Загл. с экрана.
5. www.minpromtorg.gov.ru (Министерство промышленности и торговли Российской Федерации).
6. www.mchs.gov.ru (Министерство Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий).