

**Троянская Мария Александровна**

д-р экон. наук, доцент, заведующая кафедрой  
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»  
г. Оренбург, Оренбургская область

## **КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ОРГАНОВ ВЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

***Аннотация:** в статье рассматриваются особенности коммуникационной политики государственных органов в эпоху цифровизации. Особое внимание уделено роли пресс-служб в формировании имиджа власти, а также использованию различных стратегий взаимодействия со средствами массовой информации и социальными сетями. Анализируются формы работы с аудиторией, подчеркивается необходимость диалога и обратной связи с населением. Подчеркивается значимость современных платформ, таких как Telegram, для повышения вовлеченности граждан и прозрачности государственной политики.*

***Ключевые слова:** коммуникация, информация, социальные сети, цифровизация, органы власти, пресс-служба.*

В эпоху цифровых технологий органы государственной власти все более осознают важность качественного донесения информации о своей деятельности до граждан. Работа государственных служащих должна обеспечивать простоту, прозрачность, эффективность и позитивность исполнения полномочий, исключая бюрократию и коррупцию, а также опираться на компетентность кадров и возможности информационного общества в рамках действующего законодательства.

В условиях развития информационных технологий государственным органам необходимо активно применять социальные сети для выполнения своих коммуникационных функций.

В рамках развития электронного правительства растет популярность порталов государственных услуг.

Однако следует признать, что институт открытости не всегда гарантирует положительную реакцию общества на деятельность государственных структур. Многое зависит от того, насколько пресс-служба объективно освещает события. Чрезмерно «отбеливающая» новостная повестка, создающая иллюзию успехов без отражения проблем, не только не улучшает имидж власти, но и снижает ее авторитет. Кроме того, с ростом объема информационных потоков пресс-службы перестают быть просто односторонними посредниками в передаче официальных сообщений. Их эффективность все больше зависит от способности собирать, анализировать и передавать властям общественные мнения, жалобы и предложения, что имеет не меньшую важность, чем информирование о позиции органов власти.

Пресс-службы органов власти при формировании коммуникационной политики обязаны принимать во внимание предпочтения различных целевых аудиторий, учитывая региональные и национальные особенности. Для достижения максимальной эффективности взаимодействия необходим прозрачно организованный, открытый и доверительный диалог с общественностью [1].

Пресс-службы органов власти при работе со СМИ придерживаются ряда принципов:

- особое внимание уделяется выстраиванию отношений со СМИ, так как именно они играют ключевую роль в формировании положительного восприятия целевых аудиторий;
- взаимодействие между органами власти и СМИ должно быть гибким;
- с журналистами должен общаться только один уполномоченный представитель, чтобы избежать противоречивой информации;
- на запросы СМИ обязательно дается ответ, а при отсутствии информации обязательно информируется о сроках предоставления комментария;
- не рекомендуется вступать в полемику на провокационные вопросы;
- в случае искажения информации СМИ требует официального опровержения.

Для взаимодействия со СМИ пресс-службы используют следующие коммуникационные стратегии:

а) стратегия активного присутствия: направлена на формирование устойчивого позитивного имиджа, предусматривает регулярное взаимодействие с СМИ, использование различных форматов информирования (прямые линии, интервью), обеспечение двусторонней связи с целевой аудиторией;

б) стратегия формального присутствия: акцент на количестве материалов, а не на их привлекательности, одностороннее информирование без обратной связи;

в) стратегия контроля: ограничение распространения определенной информации, установка рамок по темам и содержанию публикаций;

г) стратегия невмешательства: минимальная активность, предоставление информации только по запросу, отсутствие инициатив в информационном поле. Однако, данная стратегия практически не применяется из-за политики открытости органов власти.

Основные формы взаимодействия органов власти и СМИ включают:

– пресс-конференции – эффективный формат донесения информации и официальной позиции, приуроченный к значимым событиям;

– брифинги – диалоговый формат «вопрос-ответ», продолжительностью 20 – 30 минут, применяемый для оперативного разъяснения актуальных вопросов, особенно в чрезвычайных ситуациях;

– круглые столы – совместное обсуждение проблем с участием представителей общественности с целью вовлечения граждан и повышения авторитета власти;

– интервью – расширенная беседа с представителями СМИ, обычно с участием высших должностных лиц, предусматривающая предварительную подготовку и согласование вопросов.

Для сотрудников пресс-службы важно следить за точностью и достоверностью предоставляемой информации, а также контролировать сообщения СМИ,

поддерживая внутренний и межведомственный мониторинг информационных потоков.

Правительства многих стран активно применяют социальные сети для сбора обратной связи от граждан по вопросам государственной политики. В отличие от централизованного управления, ответственность за работу с соцсетями лежит на отдельных ведомствах [2]. В странах Европы соцсети служат инструментом коммуникации, но традиционные СМИ остаются приоритетом для многих возрастных групп. В Португалии парламентарии активно используют интернет для общения с избирателями [3]. Важно, что соцсети рассматриваются не только как средство информирования, но и как площадка для обсуждения инициатив, внесения предложений и стимулирования диалога общества и власти.

В настоящее время пресс-службы в основном генерируют информационный поток для обеспечения открытости, но не всегда способствуют вовлечению населения в решение проблем.

Важно развивать официальные группы и каналы региональных органов, особенно в Telegram, который предлагает дополнительные инструменты взаимодействия (опросы, реакция на сообщения, пересылка файлов, аудио- и видеосообщения). Для привлечения аудитории целесообразно распространять ссылки и QR-коды в печатных материалах, что повысит вовлеченность без дополнительных бюджетных затрат.

Коммуникация в политической сфере во многом аналогична межличностным взаимодействиям. Основная задача пресс-служб – формирование и поддержание информационного поля, обеспечивающего население достоверной информацией о деятельности власти. Хорошая информированность способствует «информированному согласию» населения с действиями власти.

В современном мире социальные сети становятся важнейшим инструментом политического диалога и сбора общественного мнения, позволяют выявлять проблемные темы и организовывать прямые линии, что приведет к эффективному диалогу власти и общества без дополнительных затрат.

Подвод итог, отметим, что в условиях стремительного развития информационных технологий органы государственной власти сталкиваются с необходимостью адаптации своей коммуникационной политики к новым требованиям общества. Эффективное взаимодействие со СМИ и активное использование социальных сетей становятся неотъемлемой частью формирования доверия и положительного имиджа власти. Для достижения этих целей пресс-службам необходимо не только транслировать официальную информацию, но и обеспечивать качественный сбор и анализ общественного мнения, учитывать интересы различных целевых аудиторий, а также внедрять современные цифровые инструменты, способствующие открытому диалогу с гражданами.

### *Список литературы*

I. Денисова Н.И. Роль пресс-службы в процессе взаимодействия органов государственной власти и средств массовой информации / Н.И. Денисова // Актуальные вопросы гуманитарных и социальных наук: от теории к практике: материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участ. – Чебоксары: Среда, 2023. – С. 324–325. EDN YJIMQD

II. Благов Ю.В. СМИ и межкультурная коммуникация / Ю.В. Благов // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2021. – Т. 1. №1 (34). – С. 118–125. DOI 10.51965/2076-7919\_2021\_1\_1\_118. EDN WECKMM

III. Дворко Н.И. Интерактивная документалистика в кросс-медиа и трансмедиа сторителлинге / Н.И. Дворко // Век информации. – 2018. – №2–2. – С. 255–257. EDN YUQQXI