

Чорна Альона Миколаївна

5 курс, факультет соціології і права,
НТУУ «КПІ»

Науковий керівник:

Польська Т.Д., к.філос.н., доцент кафедри
теорії та практики управління,
ФСП НТУУ «КПІ»

Роль піар-служб в становленні технологій «електронного уряду»

Незважаючи на появу нових технологій, за останні десятиліття комунікація влади і суспільства, на жаль, не зазнала сутнісних змін. У представників адміністрацій дуже поширене хибне уявлення про ефективність односторонніх потоків офіційної інформації. Незважаючи на те, що офіційний контент часто нецікавий і не завжди адаптований для користувачів з різним рівнем інформаційної культури, саме такий підхід знаходиться в основі комунікативної моделі «електронного уряду».

Dninaukifsp2015

Ця модель орієнтована на асиметричну взаємодію влади і суспільства як комунікативної функції маркетингу, при цьому під «маркетингом» розуміється просування тієї інформації, що вплине на поведінку громадян і дозволить створити сприятливе враження про діяльність державних (муніципальних) структур. Багато років вважалося, що вміння вимірювати громадську думку і маніпулювати нею – найважливіший показник оцінки діяльності інформаційних служб законодавчої і виконавчої влади. В результаті створювалася ілюзія управління поведінкою громадян (як користувачів офіційного контенту), що здійснювалася через вплив на ментальні уявлення та інтерпретації різних практик функціонування організацій. Це діючий медійно-політичний механізм, що створив свій ресурс ефективного соціального контролю і забезпечення політичного порядку, але який потребує певних змін через виникнення нових умов, які заважають його функціонуванню.

Контроль над контентом теле- і радіоканалів в недалекій перспективі буде ускладнений у зв'язку з переходом на цифрове мовлення, завдяки чому число загальнодоступних електронних медіа в ефірі у разі збільшиться. Сьогодні

громадяни можуть шукати необхідні їм відомості через безліч джерел, переважна більшість з яких в тій чи іншій мірі незалежні від держави.

Важливою детермінантою трансформації існуючої парадигми є поява нових комунікативних технологій, а також пов'язані з новими медіа зрушення в організації комунікативної сфери. Користувачі телекомунікаційних мереж вже сьогодні можуть взаємодіяти як один з одним, так і запитувати в он-лайн режимі інформацію в організацій, і це тільки одне зі свідчень змін парадигми інформаційних відносин влади і суспільства, які відбуваються.

Якісні зміни в інформаційному середовищі сприяють старінню стратегічної парадигми управління заздалегідь визначеними смислами офіційних інформаційних потоків, обумовлених існуючою інформаційною монополією на інтерпретацію діяльності влади. Відбувається зміна парадигми з поведінкової на інтерпретуючу, в рамках якої надаючи ті чи інші відомості, піар-служби здійснюють зв'язок з суспільством на якісно інших принципах. Це вже не єдиний потік інформації про діяльність влади, а кілька потоків, оцінку якості та релевантності яких дають самі споживачі контенту.

Dninaukifsp2015

Завдяки комунікації через блоги, форуми, чати та інші цифрові платформи будь-хто тепер може бути журналістом. Крім того громадяни можуть вільно коментувати як прийняті владою рішення, так і їх можливі наслідки, створюючи імідж влади поза рамками традиційних медійних форматів. У цьому контексті два фундаментальних інститути сучасного демократичного суспільства - виконавча влада і мас-медіа - змушені перейти до нових моделей взаємодії з споживачами контенту про діяльність державних (муніципальних) структур. На піар-служби покладається завдання з перманентного відновлення довіри суспільства до політичної системи.