

методов диагностики, но и метода фиксации языка вражды (hate speech) в онлайн-дискурсе. Под ним авторы данного метода Д. К. Стукал, А. С. Ахременко, А. П. Петров подразумевают вербальное поведение, направленное на унижение достоинства, в том числе через призывы к насилию или дискриминации [3, с. 485]. Сочетание предварительной машинной и окончательной ручной обработки массива сообщений пользователей социальной сети «ВКонтакте» в связи с переговорами глав Российской Федерации и Республики Беларусь в 2020–2021 гг. позволила им выявить три линии расколов в российском и белорусском обществах.

Литература:

1. Castells, M. Communication Power / M. Castells. – Oxford: Oxford Univ. Press, 2013. – 574 p.
2. Tajfel, H. An integrative theory of intergroup conflict / H. Tajfel, J. C. Turner // The social psychology of intergroup relations // W.G. Austin, S. Worchel (eds.), – Monterey: Brooks Cole Publishing, 1979. – P. 33–37.
3. Стукал, Д. К. Аффективная политическая поляризация и язык ненависти: созданы друг для друга? / Д. К. Стукал, А. С. Ахременко, А. П. Петров // Вестн. Росс. ун-та дружбы народов. Сер.: Политология. – 2022. – Т. 24, № 3. – С. 480–498.

В.М. Слепокуров,
аспирант УМЦ им. В.В. Жириновского (Москва, Россия)
Научный руководитель – д.полит.н. В.Ф. Кузнецов

ОСОБЕННОСТИ ПУБЛИЧНОСТИ ВЛАСТИ И БИЗНЕСА В ЭПОХУ ДИДЖИТАЛИЗАЦИИ

Массовая цифровизация и сетевизация в третьем тысячелетии вносит существенные изменения во взаимоотношения между акторами общественно-политического ландшафта [4]. При этом «современный этап государственного управления требует создания полноценной системы интегрированных политических коммуникаций» [2, с. 77]. Есть потребность выделения проблемного поля в политической, государственной и бизнес-сферах, с целью оценки ресурсного потенциала и возможностей взаимоприменяемости специальных технологий.

Современный государственный менеджмент демократических стран все больше тяготеет к «концепции политических сетей». Опираясь на потребности гражданского общества, все больше выявляется необходимость заменить иерархическое администрирование на некую новую форму управления. При этом, «эффективность управления проявляется в достижении целей с учетом соотношения затраченных ресурсов и полученных результатов» [1, с. 44]. Согласно теории политических сетей, в эффективном управлении

опираться, прежде всего, стоит на коммуникативные процессы и лучшие демократические практики современности. Г. Л. Купряшин констатирует, что «для производства общественных благ государство все более и более зависит от других акторов и субсистем; в этой ситуации взаимозависимости между общественными и частными акторами ни иерархия, ни рынок не являются эффективными» [3, с. 111–112].

Помимо изменения политических и общественных процессов; внешней и внутренней среды; моделей управления как государством, так и бизнесом; информационного пространства и значительного тренда на повышение уровня публичности; важно также отметить и появление все новых общественных организаций, объединенных вокруг бесчисленного множества концепций. Для управления столь усложнившимся процессом взаимодействия между всеми этими участниками в условиях все меньше контролируемой среды необходим был и пересмотр традиционных подходов, в пользу тех систем, которые осознают значимость публичной сферы. Иными словами, сетевая модель управления является новой формой отношений между государством и обществом. Она основывается на возрастающей непредсказуемости среды и состоит из анализа поведения и прогнозов для все большего количества акторов. Разделяем позицию Г. Л. Купряшина в отношении того, что «современность меняет основные целевые, функциональные, структурные принципы построения государственного управления, осуществляя парадигмальный сдвиг в понимании его места и миссии в отношениях государство – рынок – гражданское общество» [3, с. 113].

Для устройства российского менеджмента как в государстве, так и в бизнесе, понятие «публичность» стало вызовом. Оно не является копированием западных моделей, а представляет собой эволюционирующий процесс перерождения системы. Об этом свидетельствует и федеральные программы реформирования государственной службы и появления профильных специальностей и даже университетов. На госслужбу привлекается все больше профильных ресурсов и технологий, направленных на выстраивание современных каналов информирования и обратной связи. Заметен и запрос на научные разработки и исследования в этой сфере. При этом, говорить о завершении перехода к системному подходу и публичности еще рано, т.к. в самой традиции российского государственного управления заложены иные принципы. Именно поэтому система сталкивается со сложностями в модернизации, и самой природой «непубличности» некоторых чиновников. Иными словами, система замыкается на себе и не всегда способна получать всестороннюю оценку. Здесь сказываются такие факторы, как специфика работы госслужащих, связанная со стремлением избежать общественного контроля и доступа; ограниченность возможностей институтов, исследующих общественное мнение; перекося отношений государства и бизнеса в сторону получения лобби в правительстве; нехватка грамотного планирования; отсутствие временного ресурса на глубинное изучение вопросов; отсутствие

бюджетов на аналитику; недостаток кадрового и программного ресурса для получения данных; несогласованность в работе нескольких ведомств.

Следствием такого развития на этапе модернизации, могут являться и неудачные примеры некоторых муниципальных реформ, и внедрение новых не жизнеспособных регламентов, которые зачастую формируют ряд сложностей для граждан и бизнеса. Однако, все эти барьеры пристально изучаются исследователями и профильными службами и учитываются при дальнейшем планировании. А поскольку потребность в новом подходе четко осознается государством, формируется и постоянная положительная динамика в развитии технологий, методов и каналов обратной связи, соответственно неизбежно и беспрерывно совершенствуются теория и практика «публичности».

Публичность, как для бизнеса, так и для государства всегда связана, не только с серьезными репутационными, но и с экзистенциальными рисками. Открытый диалог наравне с возможностями, таит в себе и опасности. Именно поэтому, находясь в нем, необходимо обладать не только высокопрофессиональными коммуникационными навыками, но и проводить объемную аналитическую работу, просчитывая множество сценариев развития и вероятности их возникновения. Выходя в публичное пространство, состоящее из разнородных социальных групп, с любого рода инициативой или решением, важно иметь подготовленную «стратегию обороны». Мастерство коммуникации заключается еще и в том, чтобы при отработке возражений, не терять силу позиции, экспертность, лояльность аудитории, и не скатываться к оправданиям. Нельзя позволять и уводить контекст публичного поля в проблемные, негативные, спорные аспекты. К тому же, и без того сложный процесс публичного взаимодействия усиливается ключевой особенностью стратегий позиционирования как бизнес сектора, так и власти – принципом непоколебимости авторитета.

Одной из ключевых опасностей публичности также является отсутствие четких границ между диалогом с обществом и попаданием в зависимость от него, неспособностью принимать компромиссные решения. Особенно в России, стране с четкой вертикалью власти и соответствующим менталитетом, такие игры под непрофессиональным управлением просто недопустимы. Впрочем, судьба любого государства заранее предрешена, если власть осуществляет исключительно «сервисный» характер взаимодействия с гражданами. Во-первых, не существует такой единой общности мнений, которую можно воспринимать как руководство к действиям в управлении страной. Во-вторых, сила государства, способность его лидеров принимать верные решения и трезво оценивать обстоятельства – одни из тех ценностей, к которым стремятся граждане, доверяя на выборах свое благополучие профессионализму политиков. Однако контролируемый диалог в трехстороннем формате: политики-госорганы-общество, основанный, прежде всего, на взаимном доверии и открытости, все же необходим. Осознавать потребности общества – неотъемлемая обязанность государства. Не менее важно и

всесторонне оценивать ситуацию и принимать взвешенные решения, не размывая при этом авторитет и профессиональные компетенции управленцев высшего уровня.

Во времена рассвета информационных технологий и тотальной диджитализации, эта проблема стоит еще острее. Ведь беспрерывно появляется все больше инструментов: соцсети, месенджеры, видеосервисы и т.д. Современные публичные каналы коммуникации обладают безграничными возможностями доступа, а обратная связь пользователей сложно поддается контролю. Такое устройство публичного пространства, усугубляется и общемировым трендом на «демократизацию» как государственного, так и коммерческого сектора. А. Н. Чумиков обратил внимание, что «в условиях цифровизации общественного пространства существенную роль в позитивном восприятии политического контекста играют государственные электронные сервисы. При успешном применении и развитии они представляют собой важную функциональную услугу» [5, с. 155]. Устройство современного миропорядка требует от власти и бизнеса все большей открытости, все большей публичности, все большей вовлеченности. Игнорировать этот запрос просто невозможно.

У бизнеса и власти много общего с точки зрения процесса управления, однако, при всей схожести, риски государства несопоставимо выше. За редким исключением, жизнь и благополучие граждан – ответственность государства, а не бизнеса. Масштаб бизнес-идей несопоставим с национальной идеей. Покупатель, в большинстве случаев, не ставит на кон свою судьбу, так как это делает избиратель, делегируя ответственность за собственное будущее. Вместе с тем несравнима и цена ошибки. Бизнес, при утрате доверия аудитории, рискует потерей репутации, снижением продаж, в конечном счете – потерей доходов, активов и прекращением деятельности. Тогда как государство, совершая ошибки, рискует не только благосостоянием граждан, но и их жизнями. Исчезновение государств, гражданские войны, революции – все это несоизмеримо с рисками бизнес-среды. Однако, обращая внимание на общность целей в контексте поддержания лояльности и взаимодействия в публичных инфополях, не стоит ли рассмотреть область отношений бизнеса и его аудитории, как некую библиотеку лучших решений или даже «полигон» для оттачивания мастерства коммуникаций? Ведь именно благодаря меньшей цене ошибки, в отличие от государства, бизнес, преследуя интересы роста и развития, – одновременно и более ориентирован на клиента и зависим от него, он имеет возможность более адресной и быстрой коммуникации, и самое главное – более независим, и обладает высокой скоростью реакции. Его экосистема проще устроена, а миссия любой коммерческой организации – несравнима с идеологией государства. Разумеется, это не означает, что эффективные инструменты управления публичной повесткой можно просто копировать. Их надо внимательно изучать, оценивать применимость в государственных масштабах, а затем адаптировать под соответствующие стратегии.

Тотальная цифровизация; полномасштабная «инфовойна»; сложноконтролируемые соцсети; недостоверные источники, «утечки» некорректных данных – вот актуальные аспекты коммуникации для государства. У бизнеса те же проблемы: борьба за достоверность информации; поддержание лояльности; задача объяснять потребителю ценность продукта; отработка обратной связи и направление ее на совершенствование как сервиса, так и самого продукта. В качестве примера публичного государственного управления, рассмотрим следующий кейс: муниципальные органы, в ответ на жалобу на публичном ресурсе, не справились со своей обязанностью по уборке снега, лишь переместив его на соседний участок, чем вызвали еще больший негатив, при этом даже не узнав о проблеме, т.к. получили красивый фотоотчет от исполнителей. Система дала сбой, но индикатор ошибки не загорелся. Причиной таких ошибок является не злой умысел или отказ от исполнения обязанностей, а системная неточность в целеполагании, где исполнителей не мотивируют выполнением результата, а лишь стимулируют избеганием наказания. Тогда как механизмы бизнеса, напротив, рассчитаны на мотивацию клиентов к размещению положительных отзывов и одновременно с этим, – к постоянной обратной связи и многоуровневому взаимодействию. Отсутствие информации рождает слухи и недоверие, а недовольство побуждает к действию гораздо сильнее и чаще, чем положительные эмоции. Таким образом, при не верном взаимодействии с аудиториями, растет риск преимущественно негативной публичной оценки, что в свою очередь, непозволительно, поэтому бизнес научился решать такие задачи системно. Кроме того, подобно государству, бизнесу приходится бороться: с фейковыми отзывами, оставляемыми конкурентами с целью подорвать доверие к производителю; недобросовестными клиентами, оставляющими негативный след, использующими инфопространство для шантажа с целью получения скидок и подарков; и прочее. На лицо схожесть проблем государства и бизнеса, открытый диалог также опасен и сложен для последнего, но он все активнее и быстрее изобретает новые механизмы взаимодействия. Так, к примеру, на своих страницах в соцсетях опытные компании не ведут открытых диалогов, все коммуникации происходят только в личных сообщениях. А на всеобщее обозрение выкладывается уже сам результат, который абсолютно правдиво описывает проблему, но вместе с тем, акцентирует внимание именно на ее решении, закрепляя успех благодарственными отзывами клиента. В итоге мы видим позитивную и правдивую историю, описывающую клиентоориентированность компании, хотя изначально она начиналась с негатива. Это одновременно оберегает бренд в публичном пространстве и снижает риски объединения клиентов вокруг негативных оценок. Не надо «заигрывать» с аудиторией, нельзя объединять людей с их проблемами вокруг продукта или услуги, ведь от этого не выиграет ни одна сторона. Сама природа недовольства различается в каждом конкретном случае, а большинство кейсов связано с непониманием, но объединяет людей не стремление к эффективному решению, а желание поделиться негативными

эмоциями, найти сочувствующих и виноватых. Те же законы работают и в публичном политическом и административном пространствах.

Итак, отрицать необходимость существования в публичном пространстве для развитых государств сегодня просто бессмысленно, и для эффективного управления этой средой и формирования необходимой позитивной повестки нужна четкая стратегия, профессиональный подход, огромный объем и непрерывный процесс получения аналитических данных, работающие инструменты и квалифицированные кадры. Темпы развития информационной свободы требуют все новых и постоянно совершенствующихся решений, технологий и молниеносных реакций. Однако несмотря на очевидную многосоставность и глубину проблем коммуникации, при грамотном управлении с применением системного подхода, вовлечением в процесс и синхронном взаимодействии всех уровней государства, эффективных методик, выделением достаточных ресурсов, изучении и обязательной адаптации опыта смежных сфер, кросс-консалтингового взаимодействия между бизнесом и государством – успешное функционирование данной модели не только возможно, но и представляет собой весьма результативную стратегию для всех акторов процесса.

Литература:

1. Буренко, В. И. Политическое управление как системный процесс / В. И. Буренко // Youth World Politic. – 2021. – № 1. – С. 38–52.
2. Кузнецов, В. Ф. Развитие интегрированных политических коммуникаций в государственном управлении / В. Ф. Кузнецов // Вестн. Института мировых цивилизаций. – 2019. – Т. 10, № 4 (25). – С. 73–78.
3. Купряшин, Г. Л. Публичное управление / Г. Л. Купряшин // Политическая наука. – 2016. – № 2. – С. 101–131.
4. Соколов, А. В. Создание и развитие цифровых экосистем в России как способа коммуникации власти и граждан / А. В. Соколов, Е. Д. Гребенко // PolitBook. – 2024. – № 2. – С. 6–23.
5. Чумиков, А. Н. Коммуникации государства и граждан в цифровой среде как факторы управления восприятием актуального политического контекста / А. Н. Чумиков // PolitBook. – 2023. – № 4. – С. 136–158.

Е.А. Сотникова,
магистрант БГУ (Минск, Беларусь)
Научный руководитель – Ю.В. Шевцов

ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО КАК КОМПОНЕНТ ЭКОСИСТЕМЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В настоящее время в Республике Беларусь на законодательном уровне не закреплено определение цифровой экономики. В целом, существует два