

Кому: Аким Уланского района Бекбосынову А.И.

Автор: Главный специалист «отдела внутренней политики Уланского района» Оспанова Айгерим Турсунхановна

Ключевые слова: социальные сети, цифровые технологии, активность пользователей, PR-менеджмент, анализ данных

Дата: 17.10.2024 г.

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЗАПИСКА

Тема: PR-менеджмент в работе аппарата акима Уланского района Восточно-Казахстанской области: проблемы и тенденции развития

PR менеджмент –это область знаний и профессиональной деятельности, связанная с управлением коммуникациями организации с целью продвижения товаров и услуг на рынке, формирования и поддержания имиджа компании.

Общественные связи (*PR-менеджмент*) играют ключевую роль в эффективном функционировании государственных структур, создавая мост между государством и обществом. Этот аспект управления общественными делами становится все более важным в условиях современного информационного общества и развития цифровых технологий.

В научной статье «Особенности и цели PR в государственных структурах» по специальности «Политологические науки» авторы Н. Розенберг и Л. Андросова отметили: «Современная практика взаимодействия органов власти и институтов гражданского общества определила необходимость создания новых форм и методов взаимодействия с обществом на основе конструктивного диалога, а это возможно только при функционировании четкого механизма деятельности по связям с общественностью в органах государственной власти.

PR в государственных структурах способствует их эффективной деятельности в согласовании интересов между органами государственной власти и общественностью, а также повышению уровня доверия граждан».

В текущих обстоятельствах динамичного, событийно насыщенного и постоянно меняющегося мира важно, чтобы работа государственных структур, обеспечивающих функционирование государства на внутреннем и внешнем уровнях, была не только оперативной и результативной, но и имела отклик у населения.

Закономерно, что можно добиться этого своевременной демонстрацией хода работы и ее результатов путем размещения информации на официальных ресурсах государственного органа в

Интернете. Данное утверждение относится не только к вышестоящим органам, таким как, к примеру, Мажилис или Парламент, но и к акиматам районных и сельских уровней.

Преимущества PR-менеджмента в госструктурах заключаются в следующем: эффективное использование ресурсов, повышение лояльности общественности, улучшение качества принятия решений, защита от кризисов и неправильной информации.

В аппарате акима Уланского района действует собственный веб-сайт, расположенный на платформе «gov.kz», а также официальный аккаунт в социальной сети Instagram. На сайте можно найти разнообразную информацию, включая нормативно-правовые акты, отчеты о работе органов местного самоуправления, данные о государственных услугах и контактные данные сотрудников.

Аккаунт в Instagram дополняет функционал сайта, предоставляя новости и обновления. В социальной сети пользователи могут не только читать публикации, но и активно взаимодействовать с акиматом, оставляя комментарии, задавая вопросы и участвуя в обсуждениях.

Важные нормативные акты и документация находятся в открытом доступе, что, безусловно, является преимуществом ведения сайта. Однако наличие сайта, его обслуживание и наполнение может сопровождаться несколькими недостатками, которые важно учитывать:

Доступность информации. Не все жители района могут иметь доступ к интернету или обладать достаточной компьютерной грамотностью, чтобы использовать сайт. Это может создать неравенство в доступе к информации между различными группами населения.

Технические проблемы. Неправильная работа сайта или его низкая производительность могут затруднить получение информации и взаимодействие с акиматом для пользователей.

Неэффективная обратная связь. Некоторые пользователи могут испытывать затруднения с отправкой обращений или получением оперативных ответов от акимата через сайт.

На сегодняшний день был проведен количественный и качественный анализ социальных сетей Уланского района.

Количественный анализ показал, что количество публикации в социальных сетях имеет тенденцию к росту. 2022 году, 2023 году, 2024 году.



Рисунок 1. Динамика количества публикации в социальной сети Instagram

- Публикации в Instagram:
 - В среднем, за год аккаунт в Instagram акимата Уланского района делает около 500 публикаций.
 - За последние 6 месяцев (апрель-октябрь 2024 года) было сделано около 150 публикаций.
 -
- Активность пользователей:
 - Количество комментариев и взаимодействий составляет примерно 20-30 на каждую публикацию.
 - Общее число подписчиков аккаунта увеличилось на 15% за последний год, что составляет около 300 новых подписчиков.
- Веб-сайт:
 - За период с 2022 по 2024 год количество публикаций на сайте акимата возросло с 50 до 150 в год.
 - Среднее количество посетителей сайта за месяц — 200-250 уникальных пользователей.

Количественный анализ активности акимата Уланского района в социальных сетях и на веб-сайте показывает положительную динамику, однако выявляет и ряд существенных проблем. Аккаунт в Instagram демонстрирует стабильную частоту публикаций и увеличение числа подписчиков, что свидетельствует о *growing interest* пользователей. Веб-сайт также показывает рост как в количестве публикаций, так и в количестве посетителей, однако, несмотря на эти успехи, существуют серьезные препятствия для полноценного взаимодействия с аудиторией.

Качественный анализ

- Тематика публикаций: В рамках анализа публикаций в Instagram за последние 6 месяцев выявлены основные темы:
 - Социальные инициативы: 40% публикаций о программах по поддержке населения.
 - Образование и культура: 30% публикаций касаются образовательных мероприятий и культурных событий.
 - Инфраструктурные проекты: 20% связаны с улучшением инфраструктуры района.
 - Кризисные ситуации: 10% — оперативные ответы на жалобы и обращения граждан.
- Тональность публикаций:
 - Позитивные — 70% (поддержка местных инициатив, достижения).
 - Негативные — 15% (ответы на жалобы, реагирование на кризисные ситуации).
 - Нейтральные — 15% (информационные публикации без выражения мнений).
- Комментарии и отзывы:

- Активные обсуждения возникают на 60% публикаций, что свидетельствует о заинтересованности пользователей.
- Чаще всего комментарии касаются вопросов, связанных с социальной помощью и инфраструктурой.
- Ответы на обращения:
 - В среднем, время реакции на комментарии составляет 2-3 дня.
 - Однако 25% обращений остаются без ответа, что может негативно сказаться на имидже акимата.

. Метрики вовлеченности:

- Средний уровень вовлеченности составляет 5%, что ниже средней нормы для государственных аккаунтов.
- Наиболее активно пользователи реагируют на публикации о социальных инициативах.
- Идентификация проблем:
 - Низкая вовлеченность может быть связана с отсутствием интерактивных элементов (опросы, обсуждения).

. Рекомендации по улучшению

- Увеличение интерактивности:
 - Введение опросов и конкурсов для повышения вовлеченности.
 - Регулярные прямые эфиры с ответами на вопросы граждан.
- Систематизация обратной связи:
 - Создание системы для отслеживания и анализа обращений граждан, чтобы оперативно реагировать на жалобы.
- Формирование контента:
 - Разработка контент-плана, включающего разнообразные форматы (видео, инфографика), что поможет лучше доносить информацию до населения.

Качественный анализ показал, что, несмотря на позитивные достижения в PR-менеджменте аппарата акима Уланского района, существуют значительные проблемы, требующие решения. Реализация предложенных рекомендаций позволит улучшить взаимодействие с населением и повысить уровень доверия к государственным структурам.

Отсутствие интерактивности. Возможность для жителей района влиять на принятие решений через сайт может быть ограничена, что снижает уровень вовлеченности и участия граждан.

К локальным недостаткам следует отнести следующее:

- Необоснованная трата бюджетных финансов на обеспечение работы сайта, который посещает катастрофически малое количество пользователей ввиду отсутствия заинтересованности. И, как следствие, нерачительное использование бюджетных средств, малый отклик у разных социальных групп населения. Фактически сайты ведутся для самих государственных органов, нежели для жителей территорий.

- Длительное согласование публикаций для СМИ по причине делегирования полномочий и отсутствия в госорганах районного уровня обученного специалиста. Особенно это влияет на имидж госоргана в кризисных ситуациях, когда информацию нужно предоставлять оперативно.

- Отсутствие тайм-менеджмента и профессионального медиа и SMM-подхода к ведению сайта и социальных сетей. Как следствие — однотипные, сухие, формальные публикации-отписки, с наличием лексических, пунктуационных, грамматических ошибок. Упадок качества текста.

- Недостаточное количество информационных материалов. На графике ниже приведен анализ количества публикаций на сайте аппарата акима Уланского района за период с 2022 по 2024 годы.

Отметим, что на портале наблюдается возрастание количества постов из года в год, однако в противовес аккаунт районного акимата в Instagram стабильно демонстрирует две-три публикации в сутки, зачастую их количество доходит до пяти. В среднем, за год насчитывается порядка 500 постов и более.

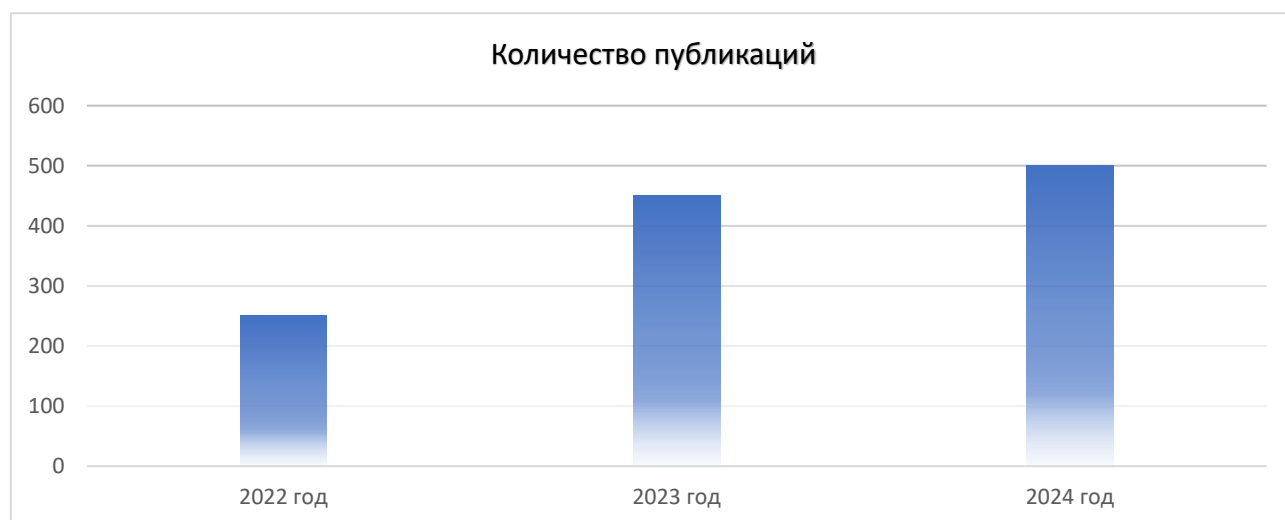


Рисунок 2. Динамика публикационной активности в социальной сети Instagram

Использование социальных сетей государственными структурами имеет международный опыт. Многие страны используют социальные сети для обеспечения прозрачности и доступности информации гражданам. Например, в США агентства и департаменты используют Twitter для публикации новостей, обновлений и общения с общественностью.

Социальные сети предоставляют государственным структурам возможность непосредственного общения с гражданами. Например, в Великобритании правительство активно использует Facebook и YouTube для общения с жителями и ответов на их вопросы.

Российские государственные организации активно используют социальные сети, такие как ВКонтакте, Facebook, Instagram и Twitter, для публикации новостей, обновлений и коммуникации с населением.

Немаловажную роль играет и интерактивный диалог с сообществом. Возможность взаимодействия с гражданами позволяет

быстро отвечать на их вопросы, предоставлять консультации и разъяснения по различным вопросам.

В периоды чрезвычайных ситуаций, таких как паводки, пожары или наводнения, социальные сети в России используются для оперативного информирования населения и координации мер по ликвидации последствий. Активно ведутся аккаунты первых лиц федеральных округов, регионов и районов. Их ведут PR-менеджеры, а иногда и сами чиновники пишут посты, которые перед публикацией проходят проверку компетентных специалистов.

Социальные сети также используются для распространения информации о государственной политике и достижениях, а также для формирования общественного мнения. Кроме того, Российские дипломатические миссии активно используют соцсети для ведения диалога с международным сообществом и представления интересов России за рубежом.

По информации, предоставленной одним из отделов акимата Уланского района, финансовые затраты на обслуживание сайта за 1 квартал составляют 14 тысяч тенге. В год на эти цели тратится 56 тысяч тенге. Таких сайтов функционирует 21 — на каждый из 16 сельских округов, районный акимат, районный маслихат, 3 органов МИО. Общая сумма затрат на сайты, которые фактически себя не оправдывают, составляет 1 миллион 200 тысяч тенге в год.

Средняя заработная плата специалиста составит порядка 1 миллион 800 тысяч тенге в год, что незначительно больше, но в перспективе наличие штатной единицы дает неизбежный «profit» и очевидную выгоду государственному органу в сфере коммуникации с населением и улучшения имиджа учреждения.

- Фокусирование сил и внимания на развитии аккаунтов государственных учреждений в социальных сетях Instagram и Facebook, которые являются полностью бесплатными и пользуются популярностью у большого количества пользователей из разнообразных социальных групп.

- Регулярная организация брифингов, круглых столов и конференций для СМИ, заместителей акимов района, акимов сельских округов и поселков и населения.

- Увеличение внимания к формированию положительного и открытого имиджа госслужащих, работающих в сельских территориях, путем отражения их деятельности не в сухих отчетах, а в полноценных качественных материалах для СМИ и Интернет-пространства.

Степень реализации рекомендаций по PR-менеджменту в аппарате акима Уланского района будет достаточно высокой при следующих условиях:

- Поддержка руководства: Если руководство акимата проявляет активную заинтересованность в развитии PR-стратегий и готово выделять необходимые ресурсы.
- Наличие квалифицированного персонала: Привлечение или обучение PR-менеджера, обладающего знаниями и навыками для эффективного взаимодействия с общественностью и создания качественного контента.
- Современные технологии и инструменты: Доступ к современным платформам для управления контентом и коммуникацией, что позволит увеличить эффективность работы в социальных сетях и на сайте.
- Активное вовлечение населения: Высокая степень интереса и вовлеченности граждан в деятельность акимата, наличие обратной связи и активное участие в обсуждениях.
- Обучение и повышение компьютерной грамотности: Программы для населения, направленные на повышение информированности о доступных ресурсах и инструментах для взаимодействия с акиматом.
- Системный подход к PR-менеджменту: Разработка и реализация стратегического плана по PR, включающего четкие цели, задачи и метрики для оценки успеха.

При наличии этих условий реализация рекомендаций может быть успешной и привести к улучшению имиджа акимата и укреплению доверия со стороны населения.

SWOT-анализ PR-менеджмента в аппарате акима Уланского района

Сильные стороны:

- Наличие официальных ресурсов: Веб-сайт и аккаунт в Instagram позволяют акимату делиться информацией с населением.
- Положительная динамика активности: Увеличение количества публикаций и подписчиков в социальных сетях свидетельствует о growing interest со стороны пользователей.
- Доступ к нормативным актам: Открытость информации, что способствует доверию и прозрачности в работе.
- Активное взаимодействие: Возможность комментирования и обсуждения публикаций помогает создать диалог с населением.

Слабые стороны:

- Неравный доступ к информации: Низкий уровень интернет-грамотности и доступ к интернету у части населения ограничивает эффективность PR-стратегий.
- Технические проблемы: неполадки на сайте могут затруднять доступ к информации.

- Нехватка интерактивности: Ограниченное количество интерактивных элементов на сайте снижает вовлеченность пользователей.
- Недостаточная обратная связь: Долгое время реакции на обращения и отсутствие ответов на часть комментариев могут негативно сказаться на имидже.

В заключение, успешный PR-менеджмент в аппарате акима Уланского района играет важную роль в формировании доверия и вовлеченности граждан. Хотя у нас есть сайт и аккаунт в Instagram, текущие проблемы требуют найма специалиста по связям с общественностью и более активной работы в социальных сетях. Внедрение предложенных рекомендаций поможет улучшить имидж акимата и сделать взаимодействие с жителями более открытым и эффективным.

Список использованных источников

1. Закон Республики Казахстан "О средствах массовой информации" от 23 июля 1999 года № 451-І. / [Электронный ресурс] // [<https://adilet.zan.kz/>: [<https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z990000451>]

2. Аппарат акима Уланского района
[https://www.instagram.com/ulan_akimdigi?igsh=dDZmaWJvdzgwYWQ0]

3. Розенберг Н. В., Андросова Л. А. Особенности и цели PR в государственных структурах (социологический анализ) / Розенберг Н. В., Андросова Л. А. [<https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-tseli-pr-v-gosudarstvennyh-strukturah-sotsiologicheskii-analiz>]

4. Сущность и эволюция связей с общественностью в органах власти
<https://moodle.enu.kz/> : [сайт]. — URL: [https://moodle.enu.kz/pluginfile.php/181872/mod_resource/content/1/%D0%A2%D0%B5%D0%BC%D0%B0%20%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D0%B8%20.%20%D0%A1%D1%83%D1%89%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%B8%20%D1%8D%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D1%8E%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D1%81%D0%B2%D1%8F%D0%B7%D0%B5%D0%B9%20%D1%81%20%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C%D1%8E%20%D0%B2%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D1%85%20%D0%B2%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8.pdf]

5. Исенова Г.К., Евниев А.К., Бокаев Б.Н., Шакишев К.Д., Сисенова И.В., Жансейтов А.Т. Исследование: Совершенствование менеджмента государственных органов / Исенова Г.К., Евниев А.К., Бокаев Б.Н., Шакишев К.Д., Сисенова И.В., Жансейтов А.Т. [Электронный ресурс] // AstanaCivilServiceHub: [https://www.astanacivilservicehub.org/uploads/research_pdf/research%20project/2_Rus.pdf]