

PR-сопровождение Единого портала государственных услуг: проектный подход

А.С. Втюрина, О.Г. Филатова

Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета
smeloka@yandex.ru, filatovo@gmail.com

Аннотация

В статье анализируется информационно-коммуникационная деятельность субъектов РФ по внедрению программ развития электронного правительства в России на примере Единого портала государственных услуг. Работа включает анализ основных методов PR-сопровождения проекта развития ЕПГУ и содержит рекомендации по созданию универсального проекта PR-поддержки программы развития электронного правительства в субъектах РФ.

Введение

В последние годы в России предпринимаются меры по активизации использования информационно-коммуникационных технологий с целью повышения эффективности и качества государственных и муниципальных услуг [1]. Единый портал государственных услуг – это наиболее успешный элемент внедрения электронных услуг в контексте государственного управления в России, направленный на автоматизацию процесса предоставления услуг физическим и юридическим лицам.

Развитие портала входит в систему плановых мероприятий государственной программы «Информационное общество». Однако программа не уделяет большое внимание вопросам информирования граждан о проекте и формирования лояльного отношения к электронному правительству. Это значимая проблема, так как на сегодняшний день при условии довольно развитой инфраструктуры электронных услуг, их востребованность остается довольно низкой, что связано с отсутствием осведомленности о портале, новизной использования электронных услуг в государственном управлении, недоверием граждан к виртуальным сервисам и т.д. Данные проблемы можно решить с помощью продуманной концепции осуществления PR-поддержки развития портала, которой на данный момент не существует в России.

1. Проблемы развития электронного правительства в РФ (на примере ЕПГУ)

Единый портал государственных услуг (ЕПГУ - Gosuslugi.ru) – это элемент действующего электронного правительства Российской Федерации. Реализация данного проекта ведет к повышению эффективности предоставления различных государственных и муниципальных услуг, способствует сокращению затрат на их оказание, а также меняет саму систему взаимодействия граждан и государства. Сегодня портал дает качественную информацию об услугах, обладает широким функционалом, предоставляет ряд уникальных сервисов, необходимых населению.

В начальный период реализации государственной программы «Информационное общество» электронное правительство в России достигло относительно высокого уровня развития. Как известно, в 2012 году Россия заняла 27 место во всемирном рейтинге ООН готовности стран к использованию электронного правительства. Специалисты связывают достигнутый прогресс, прежде всего, с фактором ввода в эксплуатацию портала государственных услуг, а также с созданием высокотехнологичных интерактивных порталов Президента и Правительства РФ, сайтов ключевых министерств.

По данным аналитического отчета Минкомсвязи России о работе Единого портала государственных услуг в 2013 году «абсолютный прирост» зарегистрированных посетителей ЕПГУ составил 3,4 миллиона человек, общее число по итогам 2013 года — 7,1 миллиона пользователей. Пик посещений 2013 года пришелся на май — 4 423 740 посетителей» [2].

Количество зарегистрированных пользователей отражает уровень востребованности использования портала среди населения. Отметим, что на конец 2013 года этот показатель составил около 4,8% , что неизбежно указывает на существование факторов, препятствующих более активному вовлечению граждан в процесс взаимодействия с государством посредством электронных услуг.

На сегодняшний день существует ряд проблем, препятствующих планомерной реализации проекта

внедрения электронного правительства в России. Ряд ключевых факторов, сдерживающих развитие Единого портала государственных услуг, можно условно разбить на три смысловые группы.

К первой относятся инфраструктурные проблемы, такие как:

- медленный процесс информатизации и интернетизации регионов;
- разрозненная инфраструктура (информационное развитие в субъектах РФ крайне неравномерно, подходы и стандарты, применяемые в регионах, кардинально различаются);
- постоянно изменяющиеся подходы к организации системы межведомственного электронного взаимодействия органов власти (СМЭВ);
- сложная система идентификации и регистрации на Едином портале;
- проблема конфиденциальности информации, сохранности персональных данных граждан, осуществляющих регистрацию на портале;
- сложности в оценке эффективности от внедрения электронного правительства, ввиду отсутствия четких критериев и методик, что усложняет процесс составления прогнозов окупаемости инвестиций.

Вторая группа объединяет проблемы, связанные с работой правительственных органов (внутренние проблемы), например:

- незаинтересованность чиновников, ввиду увеличения ответственности, сокращении рабочих мест, затрат на обучение кадров;
- низкий уровень информационной грамотности у чиновников. Зачастую на руководящих постах в органах власти и бюджетных учреждениях стоят лица довольно преклонного возраста, что составляет трудности в восприятии ими информации в электронном виде [3];
- бюрократизм и коррупция, на что указывает медленное и неэффективное принятие решений по внедрению системы;
- приоритетность целей по переводу услуг в электронный вид характеризуется оторванностью от реальности [4].

Третья группа проблем связана с позицией граждан в вопросе использования электронных государственных услуг. К таковым относятся:

- относительно низкий уровень информационной грамотности населения;
- недоверие граждан к электронным способам коммуникации;
- отсутствие мотивации граждан (различных возрастных групп) по переходу на получение электронных услуг;
- недостаточная информированность граждан о преимуществах получения электронных государственных услуг;

- психологические барьеры различных групп населения, препятствующие использованию портала электронных государственных услуг;
- относительно низкая посещаемость портала и доля зарегистрированных пользователей от общего населения страны.

Рассматривая факторы, препятствующие активной реализации проектов электронного правительства, мы можем сделать ряд выводов. Очевидно, что часть проблем реализации проекта Единого портала государственных услуг связана со сложностью организации межведомственного и межуровневого взаимодействия, неразвитостью технических и технологических элементов в предоставлении электронных услуг гражданам.

С другой стороны, существуют проблемы, отражающие необходимость продвижения услуг электронного правительства среди населения, повышения лояльности граждан, снижения уровня недоверия и негативных ассоциаций с Единым порталом госуслуг. Именно эти проблемы целесообразно решать с помощью грамотного PR-сопровождения развития услуг электронного правительства.

Сегодня уделяется минимум внимания программе популяризации сервисов Единого портала государственных услуг со стороны федеральных и муниципальных властей. В то время как продвижение сервисов ведет к снижению психологических барьеров, сдерживающих использование электронных сервисов. Этот фактор имеет решающее значение в распространении идеи создания высококачественного электронного правительства, повышающего эффективность государственного управления.

В июле 2013 года на заседании координационного совета по информационным технологиям Межрегиональной ассоциации экономического взаимодействия субъектов РФ «Сибирское соглашение» заместитель министра связи и массовых коммуникаций РФ Минкомсвязи России Алексей Козырев выделил одной из основных задач регионов популяризацию электронных услуг. Это значит, что власти достигли понимания того, что продвижение инфраструктурных проектов, затрагивающих интересы миллионов граждан, необходимы в РФ [5].

Здесь необходимо отметить, что по данным социологического опроса, проведенного в февралемарте 2013 года Экспертным центром электронного государства совместно с ВЦИОМ относительно лояльности граждан к услугам электронного правительства, 80% граждан поддерживают идею новой формы взаимодействия с государством, а 63% населения считают необходимым усиление информационного освещения реализации проекта Единого портала государственных услуг [6].

Однако, по данным на 2013 год, доля зарегистрированных граждан, имеющих доступ к электронным услугам на Едином портале, в передовых регионах составляет не более 15%. Что касается отстающих субъектов РФ, то там всего

0,5% [7]. Д. А. Медведев в 2013 году на заседании президиума совета при Президенте РФ по модернизации экономики и инновационному развитию сообщил о прогнозах относительно посещаемости единого портала государственных и муниципальных услуг. Согласно «майским указам Президента РФ», к 2018 году 70% россиян должны получать госуслуги в электронном виде [8]. По словам Д.А. Медведева, для развития электронных услуг необходимо сформировать единую общедоверительную инфраструктуру, которая будет включать в себя как онлайн, так и офлайн составляющие [9].

Учитывая то, что на данный момент этот показатель в среднем по стране в десятки раз ниже, становится очевидным, что этот результат практически недостижим, но он ставит задачу повышения количества зарегистрированных пользователей и заинтересованности населения в приобретении электронных услуг. Попробуем далее проанализировать действия по популяризации проекта развития ЕПГУ среди граждан в различных регионах России. Для этого, прежде всего, проанализируем региональные мероприятия, продвигающие электронные государственные услуги среди населения, классифицируем проводимые мероприятия по ряду критериев и, аккумулируя опыт регионов, предложим свои рекомендации по созданию системы PR-продвижения Единого портала государственных услуг в регионах России.

2. Анализ PR-сопровождения Единого портала в субъектах РФ

Поскольку электронное правительство в России в настоящее время находится в стадии становления, универсальных методик и инструментов его продвижения нет. Меры по популяризации проектов электронного правительства весьма разрозненны, не имеют общего направления, методической базы, носят стихийный, нерегулярный характер. Следовательно, анализируя способы продвижения электронного правительства, мы будем рассматривать отдельные разовые акции и мероприятия.

Проанализировав имеющиеся открытые источники информации относительно мероприятий по повышению информированности населения о Едином портале госуслуг, мы выяснили, что все способы его продвижения можно разделить на несколько смысловых групп, в результате были выделены следующие:

1. Работа со СМИ. Деятельность государственных структур по обеспечению публикаций в средствах массовой информации (пресс-конференции, брифинги, создание информационных поводов и т.д., результатом чего, являются новостные, имиджевые, аналитические статьи, радиопередачи, видеорепортажи на федеральных и региональных телеканалах).

2. Мероприятия разъяснительного характера, обучающие работе с порталом (лекции, выступления, обучающие уроки, мастер-классы).

3. Мероприятия, направленные непосредственно на увеличение количества зарегистрированных пользователей в процессе проведения мероприятия (открытие мобильных офисов электронного правительства, «Дни электронного правительства», акции и конкурсы).

4. Мероприятия, привлекающие внимание к проблеме популяризации портала (конкурсы на разработку слогана, написания рекламной статьи, создания видео-презентации).

5. Социальная реклама (видеоматериалы и печатные носители).

6. Деятельность по продвижению портала в социальных сетях.

7. Продвижение услуг через разработку мобильных приложений.

Анализируя информационную деятельность регионов по осуществлению PR-поддержки Единого портала государственных услуг, можно выделить ряд регионов-лидеров, применяющих довольно широкий спектр инструментов продвижения. В их число входят субъекты РФ, занимающие достаточно высокие позиции в рейтинге регионов по использованию портала госуслуг.

Приведем данные рейтинга по доли населения, зарегистрированной в Единой системе идентификации и аутентификации (ЕСИА), обеспечивающей санкционированный доступ участников информационного взаимодействия к информации, содержащейся в государственных и иных информационных системах, в частности на Едином портале государственных услуг (см. таблицу 1).

Для анализа мы взяли первые 10 регионов в рейтинге, где процент пользователей от общего числа населения, зарегистрированных в ЕСИА составляет 6,3 % и выше - это самые высокие показатели по стране.

Проанализировав показатели статистики пользователей по регионам, мы сделали следующий вывод. В первую десятку рейтинга по индексу ЕСИА, который колеблется от 15,1% до 6,3%, входят три региона Дальневосточного Федерального округа (Приморский край, Амурская область, Хабаровский край), три региона Уральского Федерального округа (Ямало-Ненецкий автономный округ, Свердловская область, Ханты-Мансийский автономный округ - Югра), три региона Северо-Западного Федерального округа (Калининградская область, Архангельская область, Республика Карелия) и один регион Приволжского федерального округа (Самарская область).

На основании этого вывода мы сформулировали *гипотезу* о том, что высокий показатель доли зарегистрированных пользователей на Едином портале государственных услуг в трех лидирующих федеральных округах зависит от информационно-коммуникационной политики региона в отношении

развития электронного правительства. Ключевой вопрос: является ли показатель рейтинга следствием организованных действий региональных и муниципальных властей по информированию

граждан и увеличению доверия к электронным государственным услугам?

Таблица 1. Рейтинг по доли населения, зарегистрированной в Единой системе идентификации и аутентификации (по данным Минкомсвязи [7])

Регион	Федеральный округ	Население	Пользователей ЕСИА (примерно)	В ЕСИА % от населения
Приморский край	ДВФО	1 947 500	294 100	15.1
Калининградская область	СЗФО	954 978	100 400	10.5
Амурская область	ДВФО	816 992	84 800	10.4
Ханты-Мансийский авт. округ - Югра	УФО	1 583 851	159 400	10.1
Хабаровский край	ДВФО	1 342 128	116 200	8.7
Архангельская область	СЗФО	1 202 543	90 200	7.5
Республика Карелия	СЗФО	637 008	46 300	7.3
Свердловская область	УФО	4 316 852	313 100	7.3
Самарская область	ПФО	3 213 717	226 000	7.0
Ямало-Ненецкий автономный округ	УФО	542 190	34 200	6.3

Для ответа на данный вопрос необходимо провести комплексное исследование по оценке коммуникационной деятельности отдельных федеральных округов. В теории – это анализ проводимых регионами мероприятий, подсчет их количества, качества и масштаба, а также анализ данных об эффективности мероприятий.

Параметрами оценки должны являться выделенные группы ключевых мероприятий, используемые регионами для продвижения Единого портала государственных услуг.

На практике исследование в таком формате осуществить достаточно трудно, ввиду ряда факторов:

- неразвитость информационных ресурсов, отсутствие возможности поиска информации на официальных сайтах федеральных округов и регионов;
- относительная новизна и неразвитость механизмов по PR-поддержке развития электронного правительства;
- низкая информационная поддержка мероприятий в регионах;
- малый объем данных в интернет-пространстве по данной теме;
- невозможность провести точный подсчет количества мероприятий;
- необходимость больших временных затрат, связанных с поиском разрозненных данных;
- отсутствие в выбранных регионах единой программы продвижения, информации об осуществлении PR-сопровождения развития электронного правительства крайне мало;
- отсутствие данных об эффективности проводимых мероприятий.

С учетом всех вышеперечисленных аспектов нами было проведено пилотажное исследование по выявлению мероприятий, направленных на популяризацию ЕПГУ в субъектах РФ.

Проанализировав количество упоминаний об акциях в интернет-пространстве во временном диапазоне с января 2012 года по май 2014 года, мы классифицировали их в соответствии с ранее выделенными нами категориями. Напомним, мы привели 7 категорий мероприятий, направленных на повышение осведомленности граждан и увеличение лояльности по отношению к Единому portalу государственных услуг. Исходя из результатов поиска, мы оставили таблицу, отражающую общие показатели и количество мероприятий от общего числа, приходящихся на выделенные федеральные округа – Дальневосточный федеральный округ, Уральский федеральный округ, Северо-Западный федеральный округ (см. таблицу 2).

Мы получили следующие данные: мероприятия, проведенные в выделенных трех федеральных округах, составляют 48% от общего числа мероприятий. То есть реализация практически половины мер, направленных на популяризацию электронного правительства в России приходится на данные 3 федеральных округа, занимающих лидирующие позиции в рейтинге. Следовательно, можно сказать, что осуществление PR-поддержки развития Единого портала государственных услуг влияет на увеличение доли пользователей, зарегистрированных в ЕСИА от общего числа населения региона, а гипотезу нашего исследования следует считать подтвержденной.

Такие выводы подтверждает директор департамента развития электронного правительства Минкомсвязи России Алексей Козырев (в настоящее время - заместитель министра). Комментируя в июле 2013 г. результаты рейтинга Минкомсвязи по использованию портала госуслуг во всех регионах РФ, он отметил, что «во многом они зависят от позиции властей, которые должны уделять особое внимание популяризации госуслуг среди населения. По его словам, указанный рейтинг имеет большое значение» [9].

Таблица 2. Мероприятия, направленные на популяризацию ЕПГУ в субъектах РФ

Категории мероприятий	Общее число	Количество в исследуемых фед. округах
Мероприятия для СМИ	4	1
Мероприятия разъяснительного характера, обучающие работе с порталом	4	2
Мероприятия, направленные непосредственно на увеличение количества пользователей в процессе мероприятия	4	3
Мероприятия, привлекающие внимание к проблеме популяризации портала	3	1
Социальная реклама	3	1
Деятельность по продвижению портала в социальных сетях	3	2
Продвижение услуг через разработку мобильных приложений	0	0
Итого:	21	10

3. Рекомендации по программе PR-сопровождения развития ЕПГУ

Осуществление информационно-коммуникационной деятельности способно улучшить показатели востребованности портала и решить ряд ключевых проблем развития электронного правительства в России в целом. Попробуем предложить собственный унифицированный механизм PR-сопровождения услуг электронного правительства.

Отметим, что специфика коммуникационной деятельности по сопровождению проектов электронного правительства не имеет существенных различий с PR-поддержкой реализации государственных программ, следовательно, мы можем придерживаться традиционного подхода в продвижении электронных государственных услуг. Это проявляется в выборе каналов и инструментов PR-продвижения. Стоит учесть, что в столь широкомасштабных проектах основной упор необходимо делать на работу со средствами массовой информации, так как именно они формируют общественное мнение и создают благоприятное информационное поле, повышающее лояльность граждан относительно внедрения электронных услуг в систему государственного управления. Наряду с традиционными каналами коммуникации для продвижения государственных программ актуальным будет активное использование социальных сетей и интернет-порталов.

Необходимо учитывать географические, исторические и национальные особенности регионов для создания работающих ключевых сообщений. В роли целевой общественности будет выступать все население конкретного субъекта, при этом сегментирование можно осуществлять по возрастному принципу, воздействуя на определенные группы населения с помощью различных каналов и инструментов.

Исходя из выявленной специфики, мы можем предложить рекомендательный проект PR-сопровождения Единого портала государственных услуг.

3.1. Цель и задачи проекта

Целью проекта является повышение уровня информированности населения о преимуществах использования электронного правительства (Единого портала государственных услуг РФ).

Основные задачи проекта:

- Выявить сильные и слабые стороны как портала, так и концепции «электронного правительства» в целом в восприятии групп общественности; оценить посещаемость портала в регионе, количество зарегистрированных пользователей, провести оценку осведомленности о портале, оценить характер ассоциаций, связанных с порталом.
- выделить целевые группы общественности;
- провести анализ коммуникационной деятельности по популяризации услуг портала в регионе;
- обеспечить непрерывный поток информации о Едином портале посредством ведения постоянной работы с представителями СМИ;
- выделить каналы коммуникации с группами общественности;
- разработать ряд программных мероприятий, направленных на повышение узнаваемости, формирование высокого доверия и стимулирование пользования услугами электронного правительства.

В самом начале работы необходимо провести SWOT-анализ под конкретный субъект РФ.

Макет SWOT-анализа без учета специфики конкретного региона приведен в таблице 3.

3.2. Целевые группы

Существующих и потенциальных потребителей услуг ЕПГУ можно разделить на две большие группы:

- пользователи портала;
- люди, не использующие услуги портала.

Каждый регион выделяет собственные четкие характеристики целевых групп, исходя из результатов массовых опросов, статистических данных.

Таблица 3. SWOT-анализ

<p>Сильные стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> – государство является инициатором процесса развития портала; – мотивация руководства госорганов внедрить систему ЭП; – мотивация части госслужащих, – стремительно развивающаяся информационно-техническая база; – большое количество предоставляемых сервисов; – реальные преимущества для граждан перед традиционным получением услуг. 	<p>Слабые стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> – неготовность госорганов к предоставлению электронных услуг, слабая информационно-техническая и правовая база; – неприспособленность ряда услуг к электронному формату; – отсутствие единой архитектуры; – разрозненность баз данных; – низкая компьютерная грамотность чиновников и госслужащих, некомпетентность; – незаинтересованность в использовании электронных услуг со стороны чиновников и граждан; – слабое информирование о возможностях получения электронных услуг и их преимуществах; – слабое и нерегулярное информирование о ЕПГУ; – отсутствие осведомленности у населения о портале.
<p>Возможности</p> <ul style="list-style-type: none"> – отсутствие конкурентов; – хорошее финансирование; – наличие похожих электронных услуг в коммерческой сфере (банковские услуги, электронные магазины); – наличие электронного доступа в публичных местах (школах, библиотеках); – увеличение интернет-пользователей; – рост интереса к электронным услугам среди населения – централизованные усилия по популяризации. 	<p>Угрозы</p> <ul style="list-style-type: none"> – низкая компьютерная грамотность населения; – низкая доступность Интернета в ряде регионов; – высокая стоимость Интернета в ряде субъектов; – слабость инфраструктуры в сельской местности (телефонные сети, компьютеры); – отсутствие квалифицированных кадров по работе с порталом; – неосведомленность населения об услугах портала; – перенесение отрицательного отношения к власти на электронное правительство

Необходимо дать характеристику пользователям портала и потенциальным клиентам (пол, возраст, сфера деятельности, уровень образования, медиапредпочтения)

Ожидаемые результаты для группы пользователей портала:

- рост осведомленности о сервисах электронного правительства;
- увеличение доли пользователей, заходящих на портал хотя бы раз в месяц;
- увеличение лояльности по отношению к электронным услугам, формирование положительных ассоциаций, связанных с порталом;
- увеличение доли посетителей сайта в день до Х человек в день (в зависимости от региона).

Ожидаемые результаты для группы потенциальных клиентов портала:

- рост осведомленности об электронном правительстве в среднем на 20% (в зависимости от уровня информированности граждан региона);
- рост показателей пользования порталом;
- увеличение доли населения, имеющего положительные ассоциации с порталом, снижение доли населения, имеющего отрицательные ассоциации.

3.3. Концепция проекта и предполагаемые участники

Концепция проекта состоит в выполнении следующем:

- устранение существующих барьеров для целевой аудитории, препятствующих регистрации на портале;
- упрощение процедуры доступа;
- информирование о портале;
- обучение работе с порталом;
- поиск каналов коммуникации с целевой группой;
- поиск партнеров для сотрудничества ;
- проведение ряда программных мероприятий, направленных на привлечение целевой группы и создание имиджа Единого портала как инновационного, удобного, быстрого способа получения государственных услуг (такими мероприятиями являются обучающие мастер-классы, конкурсы, акции, лекции, семинары, круглые столы, комплексные мероприятия – «Дни электронных услуг», распространение полиграфической продукции об услугах портала создание специализированных центров регистрации).

Исполнение проекта может быть доверено администрации субъектов РФ. Исполнитель - пресс-служба администрации субъекта РФ.

Предполагаемый руководитель проекта – Начальник пресс-службы администрации субъекта РФ.

3.4. Каналы коммуникации

На основе общего анализа мероприятий, проводимых в рамках популяризации электронного правительства, универсальными каналами коммуникации для продвижения услуг Единого портала являются:

- средства массовой информации;
- специальные мероприятия для целевой общественности;
- социальные сети;
- интернет-сайты с информационным контентом о портале, размещением новостей и актуальной информации.

Для выявления оптимальных каналов для конкретного региона коммуникации необходимо провести ряд исследований по изучению медиапредпочтений жителей конкретного региона, использовании гражданами социальных сетей, источники получения информации о портале, предпочитаемые досуговые активности и др.

Проведя такого рода исследование, можно будет сформировать медиакарту и рассчитывать PR-активность, ориентированную на конкретные СМИ (региональные и федеральные телеканалы, радиостанции, газеты и журналы, электронные издания и порталы).

3.5. Этапы и программные мероприятия

Проект по обеспечению PR-поддержки развития Единого портала государственных услуг можно разделить на 3 этапа:

1 этап. Проведение исследования. (временные затраты – 2 месяца)

- выявление социальных предпочтений;
- составление портрета целевой группы;
- выбор каналов, методов, инструментов коммуникации, разработка программы, составление бюджета .

2 этап. Создание осведомленности (временные затраты – 8 месяцев)

- работа со СМИ (создание новостных поводов, рассылка пресс-релизов, проведение пресс-конференций, брифингов, проведение ознакомительных мастер-классов с представителями СМИ)
- работа в социальных сетях (создание и поддержание публичных страниц, обновление групп)
- проведение ряда специальных мероприятий для целевой общественности (лекции, «Дни электронных услуг», конкурсы, акции)

3 этап. Проведение оценки эффективности. Анализ соответствия результатов заявленным целям. Составление отчета (временные затраты – 2 месяца)

- увеличение доли зарегистрированных пользователей - количественные показатели;
- повышение лояльности населения – оценка отзывов, постов в социальных сетях;
- контент-анализ СМИ – количество, качество и коннотация публикаций.

Приведем список примерных программных мероприятий, который может видоизменяться с учетом особенностей конкретного региона. Программные мероприятия сформулированы на основе выбранных каналов коммуникации.

Канал коммуникации: СМИ

Методы работы: создание новостных поводов, рассылка пресс-релизов, проведение мероприятий для СМИ

Инструменты (примеры мероприятий):

- Постоянное насыщение информационного поля (рассылка пресс-релизов, новостных статей, статистических данных, информации о смежных сферах, освещение планов и проектов);
- проведение пресс-конференций, брифингов, ознакомительных мастер-классов с представителями СМИ;
- виртуальные пресс-туры по portalу;
- встречи с городскими и районными главами, по проблемам сфер, имеющим услуги на портале (социальным, образованию, здравоохранению);
- производство и размещение видеороликов на темы уже доступных электронных услуг и полезности портала;
- создание и размещение инфографики, комиксов на тему «Электронное правительство»;
- размещение социальной рекламы на телеканалах, печатных СМИ;
- конкурс среди представителей региональных СМИ (на лучшую аналитическую статью об электронном правительстве).

Канал коммуникации: социальные сети

Методы работы: создание и поддержание публичных страниц, обновление групп

Инструменты (примеры мероприятий):

- создание публичных страниц портала (с геотаргетингом) в социальных сетях (Вконтакте, Facebook), еженедельное пополнение;
- создание и ведение аккаунта в Twitter, ежедневное пополнение;
- размещение в группах актуальной информации, а также привлекательной информации, связанной со смежными проблемами создание и размещение вирусных видеороликов;
- постоянная работа по продвижению групп в соц. сетях и SEO-оптимизации;
- конкурсы в социальных сетях (подсчет количества перепостов, подарки от ОАО «Ростелеком»);
- создание обсуждений портала в соц.сетях и на форумах;

- создание занимательных демотиваторов на тему электронного правительства;
- конкурс на лучший видео-ролик (в официальной группе).

Канал коммуникации: специальные мероприятия для целевой аудитории

Методы работы: лекции, конкурсы, акции, мастер-классы.

Инструменты (примеры мероприятий):

- «Дни электронных услуг» (мастер-классы в университетах, бизнес-центрах, районных администрациях, обучающие работе с порталом, подарки за регистрацию);
- создание мобильных конструкций с возможностью регистрации там на портале и обучения работе с ним (Идея «Дома электронного правительства», переносные, мобильные конструкции на главных площадях городов, могут быть арт-объектами (виртуальные проекции на стенах));
- акции по распространению полиграфической продукции об услугах портала;
- «Электронный урок», рассчитанный на аудиторию от 50 лет, обучение работе в интернете + регистрация на портале, обучение пользования;
- конкурс «Мисс и мистер виртуальность» (награждение районными администрациями людей, использовавших портал госуслуг более 10 раз в течение полугода);
- конкурсы на популяризацию портала (лучший логотип, слоган, отзыв, статья);
- образовательные акции для школьников старших классов (обучающие мастер-классы, акция «Электронная семья» - в целях стимулирования интереса семьи к электронным услугам).

Сроки реализации проекта могут варьироваться от нескольких месяцев до нескольких лет в зависимости от финансирования, насыщенности программы действий и мероприятий, планируемых осуществить в конкретном регионе. Данный проект может модифицироваться. Работа со СМИ в контексте информационного взаимодействия (написания и рассылки пресс-релизов) и работа с социальными сетями может вестись постоянно, а специальные мероприятия для целевых групп общественности могут проводиться время от времени (1 раз в квартал).

3.6. Источники финансирования, бюджет и параметры оценки эффективности проекта

Бюджет проекта зависит от финансирования региональных программ по информатизации и средств, выделяемых региону под нужды государственной программы. При расчете бюджета необходимо учитывать затраты на проведение исследования, насыщенность проекта мероприятиями, затраты на их проведение, заработную плату исполнителям, оборудование и

материалы, используемые для работы. Бюджет рассчитывается под конкретный проект PR-сопровождения, нацеленный на конкретный регион.

В качестве источников финансирования могут быть использованы:

- бюджетные средства, выделяемые на финансирование региональных программ по информатизации субъектов РФ;
- спонсорские средства (составление партнерских и спонсорских предложений).

Параметры оценки эффективности проекта:

- повышение удельного веса приобретенной целевой аудитории, то есть зарегистрированных пользователей;
- увеличение количества публикаций в СМИ, положительная тональность публикаций;
- повышение лояльности к Единому portalу, выражающаяся в положительной обратной связи с целевой группой (положительные отзывы в социальных сетях, МФЦ, в анкетировании и массовых опросах).

Заключение

Переход к информационному обществу связан с появлением и развитием большого количества электронных сервисов. Надежное функционирование сервисов электронного правительства – необходимое условие повышения эффективности работы органов власти, формирования открытой информационной политической среды, развития электронной демократии.

Ярким примером реализации проекта электронного правительства в России является создание Единого портала государственных услуг в контексте реализации государственной программы «Информационное общество». Однако сегодня существует ряд проблем, препятствующих развитию электронного правительства. Одним из таких сдерживающих факторов является неосведомленность граждан о возможностях портала и отсутствие желания прибегать к использованию его сервисов.

Данную проблему можно решить с помощью четкой концепции работы по PR-сопровождению развития электронного правительства.

На основании анализа мер по популяризации портала и аккумулировании действий регионов, направленных на повышение лояльности к электронным услугам, мы разработали рекомендательный план PR-сопровождения программы развития электронного правительства субъектах РФ.

Концепция предложенных нами рекомендательных мероприятий направлена на популяризацию электронного правительства в регионах, повышение доли зарегистрированных граждан, увеличение положительных ассоциаций, связанных с порталом, снижение психологических барьеров населения, препятствующих регистрации и

получению государственных услуг через Интернет. Приведенные рекомендации могут служить основой для создания региональных программ PR-сопровождения развития электронных государственных услуг в России.

Работа выполнена при поддержке Российского гуманитарного научного фонда по проекту «Электронное взаимодействие между обществом и властью: исследование процессов социодинамики и институционализации» (проект № 13-03-00603).

Литература

- [1] Чугунов А.В. Электронное правительство: формирование его правовой базы в России // Вестник ФГУ «Государственная регистрационная палата» при Министерстве юстиции Российской Федерации. Научно-практический журнал. 2009. № 4. С.34-46. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=12788070>
- [2] На портале госуслуг вдвое увеличилось количество зарегистрированных пользователей // Информационный портал rspectr.com // URL: <http://www.rspectr.com/news/gosuslugi-twice/> (дата обращения: 24.08.2014).
- [3] Трахтенберг А.Д. Переход к электронному правительству как инновация сверху // Интернет и современное общество. Сборник научных статей. Санкт-Петербург, 2012. С. 304-311.
- [4] Чугунов А.В. Развитие электронного правительства в России: международные рейтинги и актуализация текущих проблем реализации проектов на федеральном и региональном уровне // Межотраслевая информационная служба. 2013. № 2. С. 31-40. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=19040428> (дата обращения 15.10.2014)
- [5] Бондаренко С. «Электронное правительство» и знания // PC Week/RE. Государство и ИТ. URL: <http://www.pcweek.ru/gover/article/detail.php?ID=153001> (дата обращения: 15.07.2014).
- [6] Общественное мнение о развитии механизмов электронного правительства и электронной демократии. Результаты социологического опроса. Данные опроса 24 февраля - 11 марта 2013 г. // Экспертный центр электронного государства; ВЦИОМ. М., 2013. - 29 с. URL: http://d-russia.ru/wp-content/uploads/2013/06/Survey_EGov_EDemocrasy.pdf (дата обращения: 10.09.2014).
- [7] Минкомсвязь России составила рейтинг использования портала госуслуг во всех регионах РФ // Официальный портал. Минкомсвязь. URL: http://minsvyaz.ru/ru/news/?id_4=43838. (дата обращения: 20.04.2014).
- [8] Указ Президента Российской Федерации 7 мая 2012 года №601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления». URL:

<http://www.rg.ru/2012/05/09/gosupravlenie-dok.html> (дата обращения: 20.04.2014)

- [9] Медведев: темпы перевода госуслуг в электронный вид пока не оптимальны // РИА-Новости. URL: <http://ria.ru/society/20130731/953246761.html> (дата обращения: 10.09.2014).

PR-support of the development of The National e-Services Portal in Russia

A.S. Vtiurina, O.G. Filatova

This article describes PR and other communication activities of some regions of the Russian Federation, contributing to the active implementation of programs for the development of e-government in Russia (on the example of The National e-Services Portal). This work includes analysis of the main methods of PR-support for development EGPU (The National e-Services Portal) and provides guidance on the establishment of a universal project PR - support programme for the development of e-government in Russia.