

КОММУНИКАЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ: ИМПЕРАТИВЫ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ

Д.П.Гавра, д.соц.н, проф.

Зав. кафедрой связей с общественностью в
бизнесе, почетный профессор СПбГУ

Президент Ассоциации преподавателей по
связям с общественностью

Развитие коммуникаций как стратегический национальный приоритет

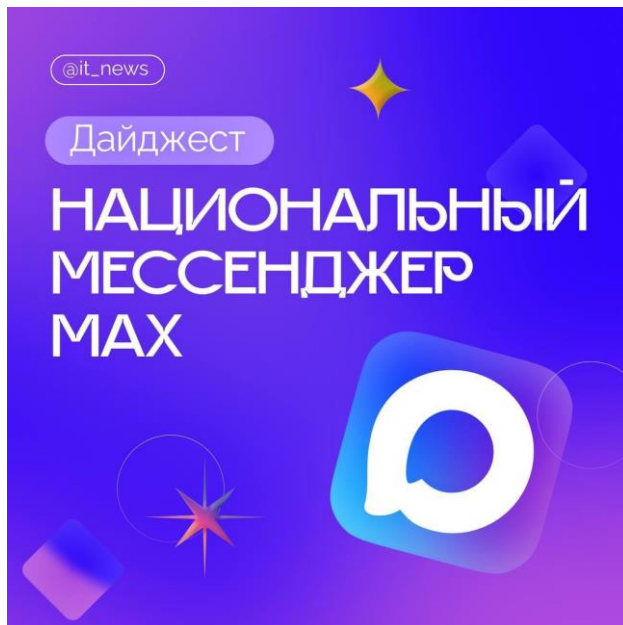
- Мир в последние десятилетия радикально изменился.
- Важнейшая качественная характеристика — **изменение места и роли коммуникаций и, соответственно коммуникационных отраслей в развитии человечества.**
- От значимой, но сервисной функции, коммуникации прошли трансформацию в одну из доминант человеческого бытия.
- Нам нужно признать, что коммуникация, если государство выстраивает полноценную систему управления этой сферой – это **стратегический ресурс, обеспечивающий национальный суверенитет и глобальную конкурентоспособность.**
- И она же – **критический риск**, если этого не происходит и управление коммуникационной сферой находится на периферии государственной политики.

Коммуникации: понятийный аппарат

- **коммуникация** – процессы создания и передачи информации, смыслов и ценностей между индивидами, сообществами и организациями, а также процессы их восприятия и интерпретации, порождающие социальные, политические и экономические эффекты;
- **коммуникационная деятельность** – действия по созданию и передаче смыслов, целенаправленно осуществляемые субъектами коммуникации, следствием которых являются социальные, политические и экономические эффекты;
- **коммуникационная отрасль** – совокупность предприятий и организаций различных подотраслей, основной вид уставной деятельности которых связан с коммуникацией, осуществляемой на профессиональной основе.

Коммуникации ...

- ... в 21 веке являются тем же, чем были газ и нефть в 20 веке
- ... топливо, на котором работают политические, экономические, социальные, культурные и военные механизмы
- ... сотрудничество, соперничество и борьба одновременно;
- ... очень быстро изменяются, особенно в молодежной среде;
- ... лавинообразно растут, порождают глобальные эффекты



Palantir: Архитектура цифровой войны



Что же меняется и бросает нам вызовы?

- Развивающиеся IT-технологии, в том числе их монополизация со стороны государств – технологических лидеров
- Рост объемов и индивидуализация информации, изменение типа потребления информации
- Экспансия искусственного интеллект и LLM
- Коммуникационные разрывы между поколениями
- Новые измерения социального неравенства и эксплуатации-цифровые + коммуникационные
- Превращение коммуникационных инструментов в оружие прямого трансграничного действия
- Вызовы национальному суверенитету в коммуникационной сфере

Мировой тренд - ставка на приоритет коммуникационных отраслей. Мы не имеем права отставать

- Communication studies давно стали одной из ведущих специальностей научных исследований,
- крупнейшие университеты и корпорации готовят специалистов в этих областях,
- соответствующие аналитические центры обслуживают ведущие международные и национальные органы власти, крупнейшие мировые компании.

- Сегодня **отстать в развитии и изучении коммуникаций**, коммуникационных отраслей может означать **отстать во всём и навсегда**.



А что в России? Коммуникация сегодня является недооцененным фактором национального развития

- Общество, государство и бизнес не в полной мере используют потенциал коммуникационной отрасли, **воспринимая коммуникацию преимущественно как технологическую, а не стратегическую, смысловую и экономическую функцию.**
- **Институциональное оформление отрасли в качестве единого объекта государственной политики в настоящее время не завершено.**
- **Правовое регулирование соответствующих видов деятельности не скоординировано,** вследствие чего регулирование отдельных подотраслей коммуникационной отрасли развивается неравномерно .

Проект Концепции развития коммуникационной отрасли в Российской Федерации на период до 2030 года

- I. Общие положения
- II. Текущее состояние отрасли. Оценка барьеров для развития
- III. Цели и приоритетные задачи развития коммуникационной отрасли
- IV. Формирование национальной коммуникационной экосистемы
- V. Кадровый и научно-образовательный потенциал коммуникационной отрасли. Развитие российской национальной коммуникационной школы
- VI. Переход от обеспечивающей к стратегической модели коммуникации
- VII. Развитие коммуникационной отрасли как части креативной экономики
- VIII. Вклад коммуникационной отрасли в продвижении национальных интересов Российской Федерации за рубежом
- IX. Ожидаемые результаты реализации Концепции

Развитие коммуникационной отрасли в Российской Федерации: приоритетные задачи

- инициирование создания Совета РАН по исследованию коммуникации;
- формирование научного направления «Коммуникационные науки» (группы специальностей, по которым присуждаются ученые степени кандидата и доктора наук) в номенклатуре научных специальностей;
- обновление федеральных государственных образовательных стандартов высшего и среднего профессионального образования в части подготовки кадров для коммуникационной отрасли;
- разработка проекта Программы развития коммуникационной отрасли в Российской Федерации до 2036 года.

Развитие коммуникационной отрасли в Российской Федерации: приоритетные задачи

- включение всех подотраслей коммуникационной отрасли в перечень креативных (творческих) индустрий;
- определение федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере коммуникации;
- разработка кодов ОКВЭД для подотраслей коммуникационной отрасли, у которых они отсутствуют

Коммуникационной отрасли в продвижении национальных интересов Российской Федерации за рубежом

- Коммуникационное сопровождение
 - ❖ российских социокультурных проектов,
 - ❖ продвижение традиционных российских духовно-нравственных ценностей, культуры и исторической памяти.
- Популяризация отечественного кинематографического, анимационного и видеоигрового контента .
- Продвижение брендов, товаров, работ и услуг отечественных производителей, а также создание и продвижение бренда «Сделано в России»;
- продвижение туристических услуг через брендинг России и российских регионов, позиционирование бренда Discover Russia.

Ожидаемые результаты реализации Концепции

- реализация стратегической функции коммуникационной отрасли в деятельности государства, институтов общества и в бизнесе;
- интеграция коммуникационной отрасли в систему креативных индустрий;
- повышение глобальной конкурентоспособности Российской Федерации;
- сокращение потерь национального бизнеса от неэффективности коммуникации;
- развитие российской национальной коммуникационной школы;
- обеспечение притока квалифицированных кадров в отрасль;
- повышение качества государственного, общественного и бизнес-управления за счет использования стратегического коммуникационного подхода.