

УДК 316.42

**СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РАБОТЫ ПРЕСС-СЛУЖБЫ: ОПЫТ
КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В 2020 г.**

Рогов Илья Игоревич,

к.ф.н., доцент, доцент кафедры социологии
ФГБОУ ВО «ЮЖНО-Российский институт управления ЮРИУ
РАНХиГС»

Аннотация: в статье анализируется опыт работы пресс-служб в условиях объявленной в 2020 году пандемии COVID-19. В частности, рассмотрены официальные рекомендации административных структур, проанализирована деятельность публичных пресс-секретарей и коммерческих организаций. Сравнивая опыт коммерческих организаций и государственных структур, автор высказывает предположения о наиболее актуальных перспективах работы пресс-службы в следующем десятилетии.

Ключевые слова: пресс-служба, пресс-секретарь, пандемия, непредсказуемый кризис, COVID-19, PR-службы, личный бренд.

**CURRENT TRENDS IN THE WORK OF THE PRESS SERVICE:
EXPERIENCE OF COMMERCIAL ORGANIZATIONS IN 2020**

Rogov Ilya Igorevich

Abstract: The article analyzes the experience of press services in the context of the COVID-19 pandemic announced in 2020. In particular, the official recommendations of administrative structures were considered, the activities of public press secretaries and commercial organizations were analyzed. Comparing the experience of commercial organizations and government agencies, the author makes assumptions about the most relevant prospects for the press service in the next decade.

Key words: press service, press secretary, pandemic, unpredictable crisis, COVID-19, PR services, personal brand.

Современная работа пресс-службы сложна и ответственна. Функционирование пресс-секретарей (как лица пресс-службы) и всей структуры требует повышенного внимания ко всем факторам общественной жизни – особенно в контексте объявленной в 2020 году пандемии COVID-19. Если ранее пресс-службы функционировали по привычной, отработанной десятками лет, переводение служащих в дистанционный формат по-разному отразилось на функционировании пресс-служб.

Рассмотрим сложившуюся ситуацию как в коммерческом, так и в государственном секторе.

20 марта 2020 вышел рамочный Приказ Минздрава РФ г. № 198н "О временном порядке организации работы медицинских организаций в целях реализации мер по профилактике и снижению рисков распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19". [4] В последствии на данный документ было дано множество ответов и комментариев, а различные региональные органы власти создали свои, более-менее сходные рекомендации и предложения. Так, например, "Рекомендации..." предлагает Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Республике Коми,[5] или – Управа Рязанского района города Москвы. [6] Эти и другие рекомендации так же носят рамочный характер, а по сути являются административной отпиской в условиях непредвиденной кризисной ситуации. В цитированных, да и в других документах отсутствуют конкретные рекомендации о том, как перестроить работу в нештатной ситуации.

Однако государственные пресс-службы неоднородны внутри себя. Несколько обобщая их можно разделить на политические и все прочие. Политические – те, пресс-секретари которых постоянно находятся в центре внимания, выступают на всех информационных площадках.

Ещё 13 мая 2020 Дмитрий Песков заявил о бесперебойной работе пресс-службы Президента РФ. [3] Конечно, политическим пресс-службам переход на удалённый вид функционирования дался, хотя и с психологическими трудностями, но всё же не так болезненно, как всем прочим. Многолетняя привычка функционировать в фокусе СМИ, такое же привыкание к внештатным ситуациям и постоянному упоминанию своего имени (и имени работодателя) на передовицах мировых масс-медиа (уточним – далеко не всегда в лучшем свете, а, зачастую – в критическом), способствовали большей устойчивости в нештатной ситуации COVID-19.

Примерно то же можно сказать и про других представителей пресс-служб, которые находятся в постоянном фокусе внимания – МИД РФ, Госдума и проч.

Параллельно отметим, что специфика деятельности тех журналистов, которые ранее отвечали за взаимодействие с органами власти, так же изменилась. Если до объявленной пандемии основным видом их деятельности было личное присутствие на пресс-конференциях (или аналогичных мероприятиях), то теперь все оказались вынуждены налаживать коммуникацию через видеосвязь и Интернет, что, хотя и было уже привычно многие годы, но крайне редко использовалось в официальных диалогах.

Отдельно встал вопрос об организации рабочего места (или его подобия) в домашнем, личном пространстве. Далеко не все сотрудники пресс-служб имеют оформленный кабинет, который без стеснения можно демонстрировать при удалённой рабочей деятельности. То же можно сказать и в отношении руководителей: даже лица, занимающие высокие государственные посты до весны 2020 года могли не иметь домашнего кабинета или иной площадки, которую можно было бы демонстрировать посторонним людям, при чём эта ситуация не зависит от материального дохода, а, скорее, от организации труда (многие люди не любят работать

дома, воспринимая домашнее пространство исключительно как личное пространство).

Возвращаясь к политическим пресс-службам, отметим, что COVID-19 почти не повлиял на их функционирование. Иначе можно оценить работу пресс-служб региональных органов власти, муниципальных субъектов, а так же тех федеральных министерств и ведомств, которые до весны 2020 года либо не использовали видео-формат как основной в своей деятельности, либо просто привыкли применять рассылку коммюнике и факт-листов как базовую практику взаимодействия со СМИ. Фактически ситуация с пандемией продемонстрировала новые (пока ещё неявные) тренды ближайшего десятилетия: все пресс-службы должны использовать видеоформат в онлайн-режиме (даже уточним – в мгновенном режиме), чтобы доказать свою состоятельность.

В этом контексте имеет смысл посмотреть, как реагируют на пандемию пресс-службы коммерческих структур. В отличие от государственных пресс-служб, основная функция которых – доведение до масс-медиа официальной информации, пресс-служба коммерческой корпорации занимается созданием, закреплением и продвижением бренда самой корпорации (или, как иначе говорят в научной среде – положительного имиджа работодателя). Поскольку перевод на удалённое функционирование (как и любые иные кризисы) послужил поводом для увольнений (или перевода на неоплачиваемый отпуск, выплату минимального содержания), постольку сотрудники, чтобы доказать свою состоятельность были вынуждены фактически взять на себя дополнительные функции, ранее закреплённые за PR-службами. Но даже и при таких мерах, многие компании потерпели значительные убытки, а их пресс-службы оказались не в силах минимизировать падение доверия. Показательный случай произошёл с компанией "Спортмастер": крупнейшая торговая сеть, пережившая все колебания рынка в 1998, 2008 и 2014 годах закрыл до 80% своих торговых точек, а почти треть

сотрудников оказались вынуждены искать работу в организациях общепита и иных, которые не останавливались в период карантина. Из 500 торговых точек и 23 тыс. сотрудников окончательно были закрыты 130, а новую работу нашли 1500 человек. [1] Показательно, что пресс-служба "Спортмастера" никак не комментировала катастрофическую для компании ситуацию, лишь бодро рапортовала о грядущем преодолении кризисной тенденции. [2]

Преступное молчание пресс-службы одной из крупнейших розничных сетей показывает, что даже коммерческие компании такого уровня оказываются часто не готовы к непредсказуемым кризисам, а поэтому работники государственных и муниципальных пресс-служб должны взять на вооружение этот негативный опыт – в модели "как не надо делать".

Общий анализ последствий весеннего карантина и объявленной пандемии ещё ждёт своего исследователя. Однако уже, сравнивая успешные и провальные тренды в работе пресс-служб как государственных, так и коммерческих компаний, можно выявить тренды, которые станут реальностью в ближайшие годы:

Во-первых – потребность в онлайн, и даже мгновенной способности выходить на связь, на взаимодействие не только с классическими СМИ, но и со всеми участниками информационного процесса.

Во-вторых – смазывание личного и рабочего пространства. Вмешательство в личную жизнь и в домашнюю атмосферу уже стало реальностью, а COVID-19 – лишь повод для этого. Можно предположить, что далее этот процесс будет продолжаться, хотя, возможно, приобретёт некие цивилизационные формы.

В-третьих, пресс-службам надо быть готовым к новому ведению работы – фактически, похожему на блогеров и социальных журналистов, число которых за последние десять лет необычайно выросло. В ближайшие десять лет успешное лицо пресс-службы должно

приблизиться к имиджу бьюти-блогера с сотнями тысяч подписчиков, иначе останется непонятно, почему человек, который доносит официальную информации менее известен, чем частное лицо, продвигающее личный бренд, а это повлечёт за собой либо падение легитимность конкретного субъекта власти, либо – кадровые решения в отношении данного пресс-секретаря.

Список литературы

1. «Спортмастер» закрывает магазины и увольняет сотрудников. retail.ru [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/sportmaster-zakryvaet-magaziny-i-uvolnyaet-sotrudnikov-7-aprelya-2020-193042/>
2. «Спортмастер»: полная остановка работы магазинов стала реальностью. РУСБАНКРОТ [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://rusbankrot.ru/bankruptcy-and-liquidation/sportmaster-polnaya-ostanovka-raboty-magazinov-stala-realnostyu/>
3. Песков заверил в бесперебойной работе пресс-службы президента. Известия. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://iz.ru/1010871/2020-05-13/peskov-zaveril-v-bespereboinoi-rabote-press-sluzhby-prezidenta>
4. Приказ Министерства здравоохранения РФ от 19 марта 2020 г. № 198н "О временном порядке организации работы медицинских организаций в целях реализации мер по профилактике и снижению рисков распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19". [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/73669697/>
5. Рекомендации по организации работы предприятий в условиях сохранения рисков распространения COVID-19 © Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Республике Коми, 2006-2017 г[Электронный

ресурс] - Режим доступа: URL: http://11.rospotrebnadzor.ru/395/-/asset_publisher/uP0t/content/рекомендации-по-организации-работы-предприятия-в-условиях-сохранения-рисков-распространения-covid-19

6. Рекомендации по организации работы предприятий в условиях сохранения рисков распространения COVID-19. Управа Рязанского района [Электронный ресурс] - Режим доступа: города Москвы. URL: <https://ryazansky.mos.ru/presscenter/announcements/detail/8855059.html>