

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2024, Том 16, № 2 / 2024, Vol. 16, Iss. 2 <https://esj.today/issue-2-2024.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/20ECVN224.pdf>

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Астратова, Г. В. О применении информационных технологий в публичном управлении и продвижении политических партий в интернет-среде / Г. В. Астратова, А. А. Бекшаев // Вестник евразийской науки. — 2024. — Т. 16. — № 2. — URL: <https://esj.today/PDF/20ECVN224.pdf>

For citation:

Astratova G.V., Bekshaev A.A. On the use of information technologies in public administration and the promotion of political parties in the internet environment. *The Eurasian Scientific Journal*. 2024;16(2): 20ECVN224. Available at: <https://esj.today/PDF/20ECVN224.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

Работа выполнена по гранту № 23-28-00853 Российского научного фонда; Конкурс 2022 года «Проведение фундаментальных научных исследований и поисковых научных исследований малыми отдельными научными группами»; тема: «Механизмы развития сложных социально-экономических систем в новых экономических условиях: Союзное государство России и Белоруссии; научно-исследовательский сектор; высшее образование и рынок труда в цифровой экономике»

Авторы благодарны администрации Института Экономики и Управления Уральского Федерального Университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, а также Администрации города Екатеринбурга за оказанные помощь и поддержку в процессе проведения экспертного опроса государственных служащих

Астратова Галина Владимировна¹

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»,
Екатеринбург, Россия

Профессор кафедры «Интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга»
ФГКОУ ВО «Уральский юридический институт Министерства внутренних дел Российской Федерации»,
Екатеринбург, Россия

Профессор кафедры «Социально-экономических дисциплин»
Доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор
E-mail: galina_28@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3579-4440>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=263754

WoS: <https://www.webofscience.com/wos/author/rid/C-3514-2015>

Бекшаев Александр Алексеевич

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»,
Екатеринбург, Россия

Магистрант
E-mail: alx.bekshaev@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-4766-6865>

**О применении информационных технологий
в публичном управлении и продвижении политических
партий в интернет-среде**

¹ <https://urfu.ru/ru/about/personal-pages/Personal/person/g.v.astratova/>

<https://vk.com/id8134129>

Аннотация. Применение информационных технологий в сфере публичного управления чрезвычайно актуально в условиях развития информационного общества, перспективы построения электронного государства и необходимости электронной коммуникации государства и социума. Цифровизация государственного управления — это довольно новое направление в теории и практике цифрового менеджмента и цифрового маркетинга в публичной сфере в целом и в политических кампаниях, в частности. Этим обусловлена асимметричность информации по заявленной проблематике и целесообразность данного исследования. Целью данного исследования явилось изучение применения информационных технологий в публичном управлении и продвижении политических партий в Интернет-среде. Цель: (1) рассмотреть главные особенности применения информационных технологий в публичном управлении; (2) разработать анкеты для онлайн опросов и провести анкетирование в Google docs репрезентативной выборки: студенческой молодежи вузов России, избирателей и экспертов (госслужащие); (3) рассмотреть некоторые аспекты применения информационных технологий в продвижении политических партий в Интернет-среде. Методы: (1) методы монографического исследования; (2) онлайн-опросы в Google docs; (3) обработка данных в Google docs, Microsoft Excel, Statistica; (4) поисковые Интернет-исследования (Яндекс; ВКонтакте; Telegram; Медиалогия). Объект исследования — информационные технологии в публичном управлении. Предмет исследования — источники, методы и инструменты публичного управления и продвижения политических партий в Интернет-среде.

Полученные результаты могут быть полезны в качестве рабочего инструментария в деятельности руководителей публичного сектора, а также и лидеров политических партий, использующих в работе информационных технологий.

Ключевые слова: информационные технологии; цифровые технологии; цифровизация; публичное управление; государственное управление; электронное государство; цифровой менеджмент; цифровой маркетинг; политические партии; продвижение; Интернет-продвижение

Введение

В современных реалиях информационные технологии (далее — ИТ), понимаемые как система инструментов, методов и способов создания, сбора, накопления, хранения, обработки, передачи и защиты информации на основе вычислительной техники, используются повсеместно, в разных отраслях и сферах экономической деятельности. Это обусловлено тем, что ИТ позволяют повысить производительность процессов управления, оперировать большим объемом информации и повышать ее достоверность, а также асимптотически приближаться к электронной модели всеобщего системного интеллектуального управления [1–4].

Особенно актуально применение ИТ в сфере публичного управления, поскольку в условиях развития информационного общества и перспективы построения электронного государства происходит активизация использования ИТ в процессе коммуникации государства и социума. В данной связи является важным, что цифровизация государственного управления подразумевает не только развитие публичных электронных сервисов и web-страниц, но также и минимизацию временного лага между получением результатов и появлением данных отчетности, снижение рисков информационной безопасности и фальсификации данных и т. п. [5–10].

Важно, что применение ИТ в сфере публичного управления подразумевает и вовлечение всех заинтересованных сторон на различных этапах разработки и внедрения публичных электронных сервисов [10; 11], а также и понимание потребностей, ожиданий и ценностей пользователей электронных государственных услуг [10; 12–14]. Более того, политические коммуникации все чаще переходят в Интернет-среду, поскольку Интернет превращается в

полноправный инструмент цифрового маркетинга и канал взаимодействия власти и населения, политических партий и социума. Это позволяет проводить онлайн «...анализ мнений в социальных медиа о различных партийных брендах, персонах, анализ аудитории блогов и др.» [15, с. 335].

Действительно, уровень доверия населения к власти в целом и к политическим лидерам, в частности, а также реализация ожиданий и удовлетворение ценностей пользователей электронных публичных сервисов влияют на результаты предвыборных кампаний и, соответственно, на согласование интересов граждан, социума и власти, а также и реализацию политических идеологий в стране [16]. В данной связи использование метрик цифрового маркетинга, основанных на измеримости, интерактивности и управляемости, позволяют планировать, мониторить и оперативно оценивать результативность и эффективность деятельности, как политических партий, так и органов власти в процессе организации и проведения кампаний продвижения и выборов в Интернет-среде.

Соответственно, знание и понимание потребностей, ожиданий и ценностей населения как ключевого пользователя цифровых публичных сервисов становится чрезвычайно важным для реализации стратегических и оперативных маневров политических партий, особенно — в процессе организации и проведения кампаний продвижения [17] и электоральных кампаний [18].

Вместе с тем, теория и практика цифрового менеджмента и цифрового маркетинга в публичной сфере в целом и в политических кампаниях, в частности, находится в стадии формирования. Этим, соответственно, обусловлена асимметричность информации в доступной нам литературе по заявленной проблематике, что побудило нас определить цели и задачи настоящего исследования.

Целью исследования явилось изучение применения информационных технологий в публичном управлении и продвижении политических партий в Интернет-среде.

Задачи исследования

Рассмотреть особенности применения информационных технологий в публичном управлении.

Разработать анкеты для ряда онлайн опросов и провести анкетирование с использованием Google docs репрезентативной выборки: студенческой молодежи вузов России, избирателей и экспертов (госслужащие).

Рассмотреть некоторые аспекты применения информационных технологий в продвижении политических партий в Интернет-среде.

Методы исследования

Методологическим базисом авторского исследования явились работы российских и зарубежных ученых и практиков, опубликованные в открытом доступе и рассматривающие следующие аспекты научного знания: публичное управление в цифровой среде, цифровая экономика, информационные и цифровые технологии, поведение потребителя в цифровой среде, цифровой менеджмент и цифровой маркетинг, коммуникативная и электоральная кампании, Интернет-продвижение политических партий, и др. Информационной базой исследования также послужили законодательные и нормативно-правовые акты Российской Федерации, данные Федеральной и территориальной служб государственной статистики Российской Федерации.

Также в исследовании были применены методы анализа и синтеза, систематизации и сравнения, экономический и логический анализ, методы экономико-статистического анализа, онлайн опросы различных аудиторий, а также Интернет-поисковые исследования.

Первой целевой аудиторией для опроса была выбрана студенческая молодежь как главный фактор влияния на динамику массовой политики [19]. *Опрос студенческой молодежи* проводился в период с 10 мая по 22 декабря 2023 года. Была разработана анкета на основе использования стандартных процедур измерения и шкалирования, использующих номинальную, порядковую, интервальную и относительную шкалы. Анкета состояла из трех блоков: (1) Введение; (2) Основное содержание (34 вопроса); (3) Вопросы личного характера (7 вопросов). Посредством использования e-mail рассылки по вузам РФ и размещения в соцсетях (VKontakte, Telegram, WhatsApp) ссылки на анкету в Google docs студенты вузов различных городов России от Калининграда до Владивостока приняли участие в анкетировании. Репрезентативность выборки определялась общеизвестными статистическими методами [20]; минимально необходимое количество опрошенных должно быть не менее 1 500 человек. К настоящему времени собрано 1 532 анкеты. Среди респондентов около 70 % женщин и 30 % мужчин, что в целом соответствует гендерному соотношению в системе российского высшего образования.² Больше половины опрошенных (52,2 %) — это студенты вузов в возрасте 19–20 лет, четверть респондентов (25,3 %) — это студенты вузов в возрасте 21–22 года, что также соответствует основному составу студентов, обучающихся в бакалавриате, специалитете и магистратуре РФ [21]. Большинство опрошенных учатся на бюджете (54,2 %), а 42,1 % учатся платно, где родители оплачивают обучение у 31,5 % респондентов, а 9,4 % опрошенных оплачивают сами свое обучение. Большинство респондентов (86,3 %) по уровню материального обеспечения можно отнести к среднему классу в диапазоне от «средний класс +» до «средний класс - », что также в целом соответствует распределению уровней бедности и богатства в системе высшего образования России [21; 22].

Второй целевой аудиторией для опроса было выбрано население крупнейшего мегаполиса России — города Екатеринбурга, имеющее опыт участия в выборах. *Опрос избирателей* проводился с 01 октября 2023 года по 12 января 2024 года. Была разработана анкета на основе использования стандартных процедур измерения и шкалирования, состоящая из трех блоков: (1) Введение; (2) Основное содержание (11 вопросов); (3) Вопросы личного характера (3 вопроса). Посредством размещения анкеты в соцсетях (VKontakte, Telegram, WhatsApp) и ссылки на анкету в Google docs на сайтах различных профессиональных ассоциаций города Екатеринбурга население города приняло участие в анкетировании. Репрезентативность выборки определялась общеизвестными статистическими методами [20]; минимально необходимое количество опрошенных должно быть не менее 330 человек. К настоящему времени собрано 343 анкеты. Среди респондентов 57,1 % женщины и 42,9 % мужчины, что в целом соответствует гендерному распределению населения Екатеринбурга.³

Третьей целевой аудиторией для опроса были выбраны эксперты — работники органов государственного и муниципального управления (далее — ГМУ) города Екатеринбурга. *Экспертный опрос госслужащих* проводился в январе 2024 года. Была разработана анкета на основе использования стандартных процедур измерения и шкалирования, состоящая из трех

² Женщины и мужчины России. 2020: Стат. сб. / Росстат. — М., 2020. — 239 с. URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/yhNtbedG/Wom-Man%202020.pdf> (дата обращения: 12.04.2023).

³ Население Екатеринбурга по данным Росстат. URL: <https://rosinfostat.ru/naselenie-ekaterinburga/> (дата обращения: 14.01.2024).

Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту на 1 января 2021 года (Статистический бюллетень). — Москва 2021 г. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Bul_chislen_nasel-pv_01-01-2021.pdf (дата обращения: 14.01.2024).

блоков: (1) Введение; (2) Основное содержание (8 вопросов); (3) Вопросы личного характера (5 вопросов). Посредством использования e-mail рассылки со ссылкой на анкету в Google docs работники органов ГМУ Екатеринбурга приняли участие в анкетировании. Репрезентативность выборки определялась общеизвестными статистическими методами [20]; минимально необходимое количество опрошенных должно быть не менее 9 человек. К настоящему времени собрано 13 анкет.

Обработка данных всех опросов осуществлялась с использованием Google docs, Microsoft Excel, Statistica.

Что касается поисковых исследований в Интернете, то посредством поиска на ресурсе Яндекс (<https://wordstat.yandex.ru/>) мы делали запрос, касающийся таких ключевых слов, как: цифровые технологии, цифровая платформа, электронное правительство, электронное правительство области, цифровое государство, цифровое государственное управление, электронное правительство РФ, государственное электронное правительство, портал электронного правительства, электронная приемная правительства, формы электронного правительства, цифровые сервисы государственных услуг.

Также посредством изучения открытых данных на ресурсах ВКонтакте (https://vk.com/er_ru) и Telegram (https://t.me/er_molnia) была получена информация о количестве участников и количестве заметок (постов) в социальных сетях в день. Кроме того, были использованы открытые данные ресурса «Медиалогия» (<https://www.mlg.ru/>), проводящего мониторинг СМИ и социальных сетей в качестве инструмента оценки эффективности коммуникаций.

Объект исследования — информационные технологии в публичном управлении.

Предмет исследования — источники, методы и инструменты публичного управления и продвижения политических партий в Интернет-среде.

1. Применение Информационных технологий в публичном управлении

Цифровизация (англ. «digitalisation») экономики и общества представляет собой процесс внедрения в бизнес-модели организаций информационных (цифровых) технологий, являющихся ключевыми факторами развития социума и изменения уклада жизни человека вследствие «взрывного» роста глобального производства и потребления информации [4; 21].⁴ Иными словами, современные реалии определили новые форматы жизни человека, социума и государства, а именно: «жизнь в цифре» [23, с. 6].

Более того, как показывает статистика запросов в Яндексе, тема цифровых/информационных технологий и их применения в публичном управлении весьма актуальна, поскольку количество запросов по России даже в новогодний и пост-новогодний период достаточно велика (рис. 1).

При этом общемировые темпы распространения цифровых, информационных технологий (прежде всего, Интернет, мобильные технологии, цифровые девайсы и т. п.) пока опережают темпы получения выгод от цифровизации.⁴ Хотя в РФ уже имеется ряд эффективных примеров цифровизации: электронная коммерция, маркетплейсы, электронные платежи, интернет-банкинг, электронные публичные сервисы, и т. д. [24; 25], но в глобально правительства⁵ в целом медленнее внедряют ИТ, чем коммерческий сектор.

⁴ World Development Report 2016: “Digital Dividends”. URL: https://unctad.org/system/files/non-official-document/dtl_ict4d2016_01_WDR_pptWorldBank_en.pdf.

⁵ Исключение — военно-промышленный сектор, где цифровые инновации внедряются весьма оперативно.



Рисунок 1. Статистика Яндекса по ключевым словам, связанным с применением ИТ в публичном пространстве, за месяц (по состоянию на 16.01.2024 г.)

Основными причинами отставания темпов внедрения ИТ в государственном управлении, согласно исследованиям Центра труда Калифорнийского университета в Беркли являются следующие факторы:

1. Отсутствие/недостаток финансирования.
2. Высокий общественный контроль за деятельностью органов власти.
3. Сложность процессов заключения контрактов (а зачастую и их дороговизна) на проведение сторонних технических работ в публичном секторе.
4. Отсутствие/недостаток внутреннего ИТ-потенциала в структурах органов власти.
5. Наличие существенных различий по размеру, ресурсному потенциалу, миссии, политическому и социальному контексту внутри государственного сектора.
6. Фрагментация, несогласованность деятельности отдельных министерств и ведомств.
7. Наличие риска перегрузки работников органов публичного управления вследствие того, что ИТ накладываются «поверх и без того перегруженных рабочих процессов, потому что нет встроенного потенциала для оценки и повторной калибровки, чтобы гарантировать, что технология работает так, как задумано».⁶

⁶ Hinkley Sara. Technology in the public sector and the future of government work. — Berkeley: UC Berkeley Labor Center, 2023. — 80 p. URL: <https://laborcenter.berkeley.edu/technology-in-the-public-sector-and-the-future-of-government-work/>.

2. Результаты исследования и обсуждение

2.1 По применению информационных технологий в публичном управлении

Данные нашего экспертного опроса показывают, что ключевыми факторами отставания темпов внедрения ИТ в государственном управлении являются следующие два:

1. Отсутствие/недостаток внутреннего ИТ-потенциала в структурах органов власти.
2. Сложность процессов заключения контрактов (а зачастую и их дороговизна) на проведение сторонних технических работ в публичном секторе (рис. 2).

В то же время, внедрение ИТ в сферу публичного управления является важной стратегической задачей, особенно — в нашей стране, что нашло отражение в ряде основных федеральных нормативных правовых актах. Так, Стратегия развития информационного общества в России⁷ и Национальная Программа развития цифровой экономики⁸ нацелены на создание инновационной национальной экономики, основанной на оперативной обработке Big Data⁹ и использовании полученных результатов анализа с целью существенного повышения результативности и эффективности деятельности во всех сферах российской экономики и, в том числе, в сфере публичного управления.

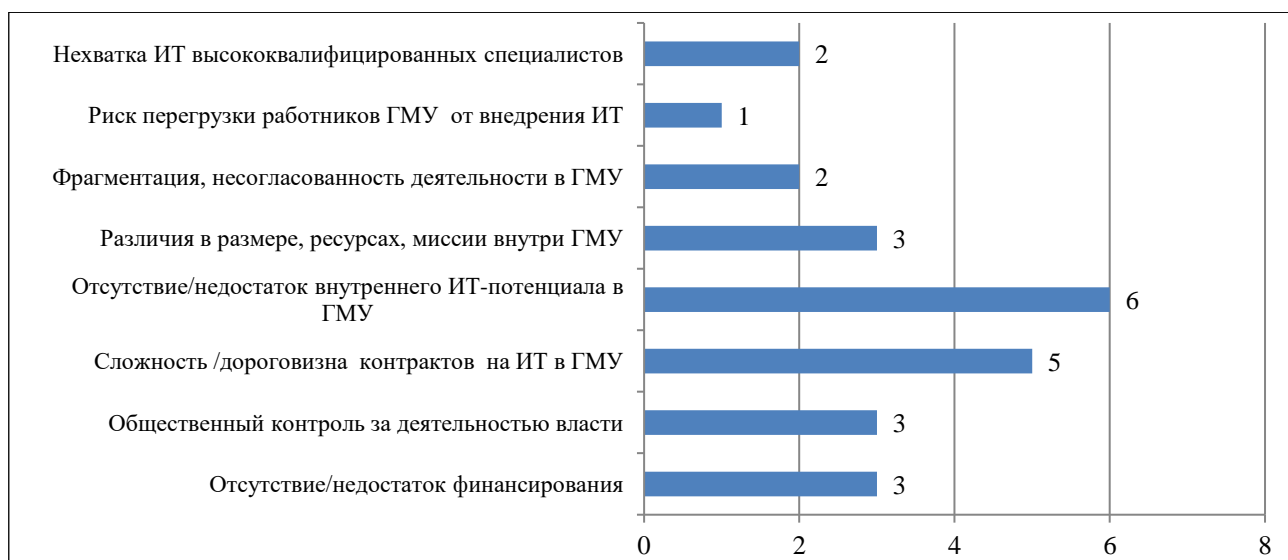


Рисунок 2. Данные экспертного опроса государственных служащих; ответы респондентов на вопрос: «Если Вы считаете, что внедрение ИТ в ГМУ отстает от темпов внедрения ИТ в коммерческом секторе, то какие Вы видите основные причины такого положения?», чел. ($N = 13$; $n = 13$; $K_k = 0,21$; $K_c = 0,78$)¹⁰ (источник: данные опроса в Google docs и обработки в Statistica)

⁷ Указ Президента РФ от 09.05.2017 N 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 — 2030 годы". URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363/.

⁸ "Паспорт национального проекта "Национальная программа "Цифровая экономика Российской Федерации" (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 N 7). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_328854/.

⁹ Big Data — большой (огромный) объем данных (пер. с англ.).

¹⁰ Здесь и далее:

Условные обозначения: N — общее количество опрошенных; n — число полученных ответов; K_k — корреляционный коэффициент Крамера (среднее значение); K_c — коэффициент конкордации (согласованности мнений респондентов; среднее значение).

Таблица 1

Основные направления использования информационных технологий в современном публичном управлении

Наименование направлений использования ИТ	Характеристика направлений использования ИТ
1. Ручная автоматизация задач	<p>Подразумевает использование оборудования и технологий, заменяющих физические процессы или задачи, выполняемые человеком.</p> <p>Сюда относятся следующие основные задачи ручной автоматизации:</p> <p>1.1. Коммуникационная — поиск и сбор информации, ее обработка, хранение и распространение, информирования пользователей ИТ.</p> <p>1.2. Управленческая — информационное обеспечение принятия управленческих решений и их доведения до всех пользователей ИТ, в том числе: нижестоящих руководителей и подчиненных.</p> <p>1.3. Образовательная — обучение кадрового состава государственных служащих посредством использования цифровых образовательных технологий, вебинаров, видео-лекций, образовательных порталов и контроля знаний служащих при помощи систем электронного тестирования.</p> <p>1.4. Административная — создание и внедрение электронного документооборота и делопроизводства.</p> <p>1.5. Контрольная — расширение измеримых индикаторов качества деятельности государственных служащих и органов государственного и муниципального управления, организации онлайн и видео-фиксации, а также и параметрального контроля данных.</p> <p>1.6. Хранения — обеспечение хранения и архивирование данных.</p> <p>1.7. Исследовательская — поиск новой информации, обработка релевантного опыта, получение нового знания.</p> <p>1.8. Безопасность — защита информации с ограниченным доступом и секретных данных, предотвращение и нейтрализация угрозы кибератак.</p> <p>Также сюда относится использование таких видов оборудования, как: сканеры документов, машины для сортировки почты, цифровые принтеры, «умные» парковочные счетчики, программное обеспечение для транскрипции, беспилотный транспорт, роботы-пылесосы, автоматические сборщики дорожных сборов и т. п.</p>
2. Автоматизация процессов	<p>Включает в себя технологии, обрабатывающие информацию или автоматизирующие взаимодействие между работниками и пользователями публичных сервисов. Сюда входят процессы электронного правительства, полностью полагающиеся на программирование: онлайн-платежи, приложения для получения пособий и выплат, а также более сложная автоматизация, такая как чат-боты для обслуживания клиентов и «роботизированная автоматизация процессов».¹¹ В более сложных технологиях автоматизации процессов может быть использован искусственный интеллект (далее — ИИ) для «обучения» на основе интерактивного взаимодействия.</p>
3. Автоматизированные системы принятия решений	<p>Подразумевает использование сложного компьютерного программирования для замены и/или расширения процесса принятия решений человеком. В эту группу технологий входят ИИ, машинное обучение и прогнозная аналитика. Обработывая Big Data и используя запрограммированные человеком алгоритмы или более сложный ИИ, системы автоматизированного принятия решений¹² генерируют решения и оценки.</p>
4. Интегрированные системы данных	<p>Включают в себя интегрированные системы данных и сетевое облачное хранилище, позволяющие хранить Big Data для поддержки технологий автоматизации и ADM, а также обеспечивающие публичный доступ к информации о деятельности органов государственного и муниципального управления. Обеспечивают более надежную оценку эффективности управления информацией.</p>
5. Электронный мониторинг	<p>Подразумевает совокупность различных технологий (например, видеокamеры и дроны), которые могут использоваться для обеспечения соблюдения законов и правил и подачи информации в другие государственные структуры и процессы. Технологии мониторинга, встроенные в программное обеспечение, используемое работниками государственной службы, также могут обеспечить новые формы оценки производительности и эффективности управления информацией.</p>

Составлено авторами на основе различных источников [8; 9; 31; 32]⁶

¹¹ Иначе называется RPA (аббревиатура от англ. «Robotic Process Automation»), одна из технологий автоматизации бизнес-процессов.

¹² Системы автоматизированного принятия решений еще называются системы ADM, аббревиатура от англ. «Automotive Decision Making».

Последнее особенно важно в связи с модернизацией государственного управления в целях повышения эффективности, результативности и производительности труда в государственных организациях и внедрением таких моделей, как: «Public Administration», «New Public Management» или NPM), «Good Governance», «Электронное государство» и др. [12; 26–32].

В контексте нашего исследования является важным, как именно используются ИТ в публичном управлении. Анализ доступных нам источников литературы показывает, что можно выделить, как минимум, пять таких направлений (табл. 1).

Данные нашего экспертного опроса показывают, что основными направлениями использования ИТ в работе госслужащих являются следующие два из перечисленных в таблице 1: (а) Автоматизированные системы принятия решений; (б) Автоматизация процессов (рис. 3).

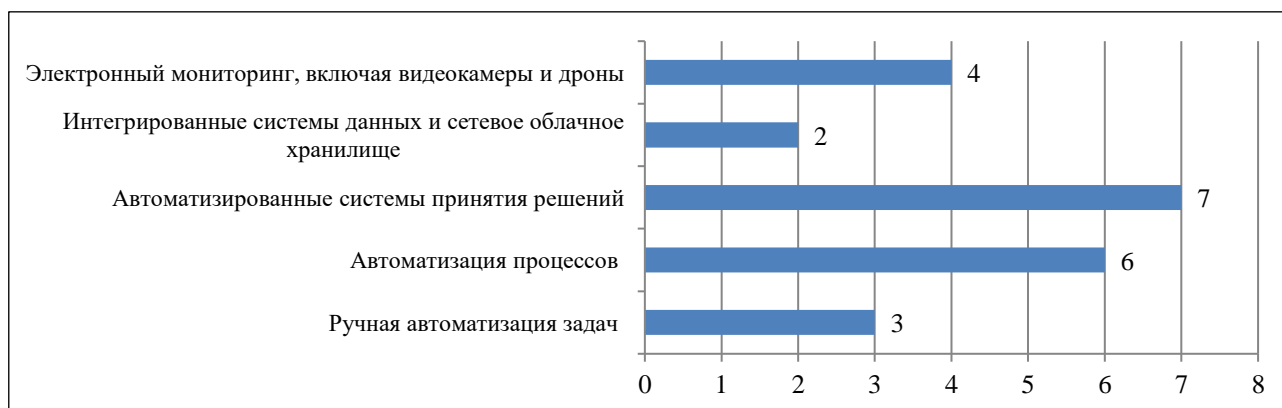


Рисунок 3. Данные экспертного опроса государственных служащих; ответы респондентов на вопрос: «Перечислите основные направления использования ИТ в Вашей работе и/или работе Ваших коллег», чел. ($N = 13$; $n = 13$; $K_k = 0,22$; $K_c = 0,75$) (источник: данные опроса в Google docs и обработки Statistica)

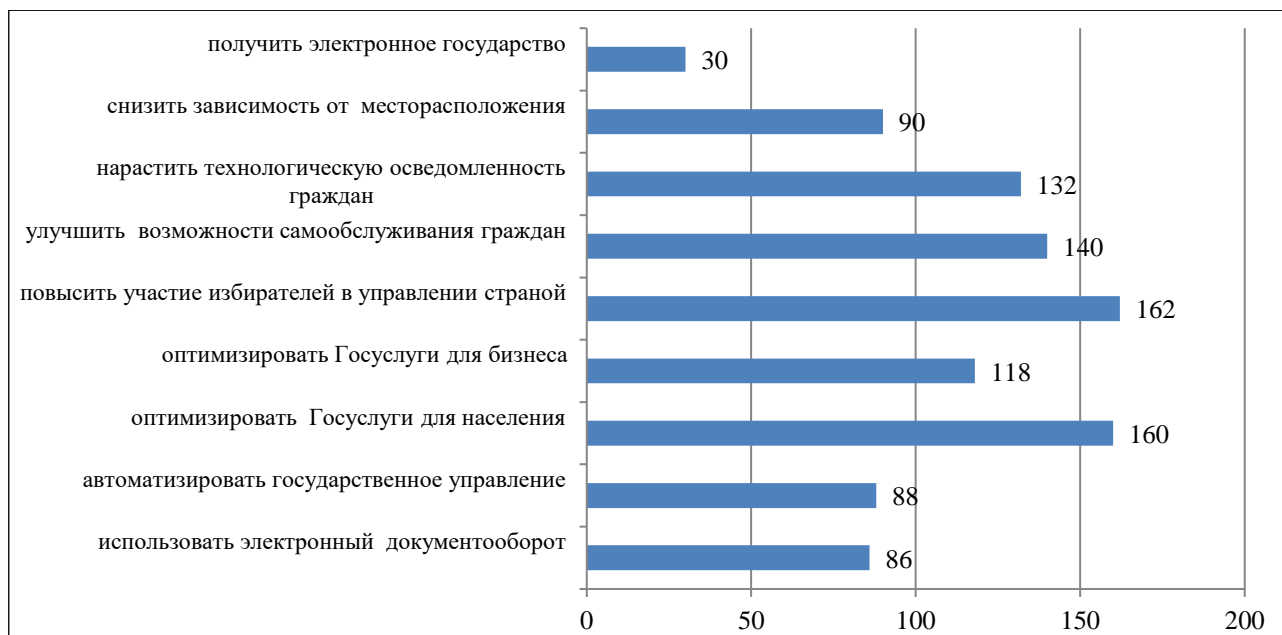


Рисунок 4. Ответы избирателей на вопрос: «Использование цифровых технологий в государственном управлении позволяет...», чел. ($N = 343$; $n = 340$; $K_k = 0,22$; $K_c = 0,74$) (источник: данные опроса в Google docs и обработки в Statistica)

Немаловажно и то, что как показывают исследования Центра труда Калифорнийского университета в Беркли⁶, существуют проблемы во внутреннем и внешнем контексте применения ИТ государственными служащими.

Так, что касается *внешнего применения ИТ* (т. е., государственные электронные услуги для граждан), то автоматизация публичных сервисов во многом облегчила доступ населения к госуслугам, а также освободила госслужащих от оформления огромного количества документов.⁶ В данной связи мы видим положительное отношение российского населения к применению ИТ в публичном управлении в целом [24; 25], а также той части населения, которая активно участвует в выборах представителей органов ГМУ, в частности (рис. 4), и студенческой молодежи, в особенности (рис. 5).



Рисунок 5. Ответы студентов вузов на вопрос: «Использование цифровых технологий в государственном управлении позволяет...», чел. ($N = 1\,532$; $n = 1\,096$; $K_k = 0,24$; $K_c = 0,77$) (источник: данные опроса в Google docs и обработки в Statistica)



Рисунок 6. Данные экспертного опроса государственных служащих; ответы респондентов на вопрос: «Как Вы считаете, использование цифровых технологий в государственном и муниципальном управлении позволяет...», чел. ($N = 13$; $n = 13$; $K_k = 0,21$; $K_c = 0,76$) (источник: данные опроса в Google docs и обработки в Statistica)

Немаловажно и то, что и сами госслужащие также положительно относятся к применению ИТ в своей работе (рис. 6).

Однако еще многие аспекты *внешнего применения ИТ* в ГМУ нуждаются в обсуждении и уточнении. Например, вопросы обслуживания клиентов с ограниченным доступом к электронным услугам, а также проблемы интеграции ИТ со сложными, специфическими и своеобразными знаниями, которые специалисты (социальные работники, эксперты, консультанты, офицеры по условно-досрочному освобождению и т. п.) используют ежедневно для обеспечения эффективной и персонализированной поддержки населения.⁶

Что касается *внутреннего применения ИТ* (т. е. использования цифровизации для внутренних процессов управления в структуре ГМУ), то передовые технологии (прежде всего, новые алгоритмы, ИИ, роботизация и автоматизация процессов) начали существенно менять функционал некоторых государственных должностей, дополняя или заменяя элементы процесса принятия решений, особенно в сферах военной, экономической и общественной безопасности, а также и соцобеспечения. Более того, отдельные эксперты выражают обеспокоенность растущей зависимости правительства от ИТ в процессе принятия сложных решений и мониторинга. Это обусловлено также и тем, что публичный сектор зачастую привлекал на аутсорсинг выполнение многих ИТ-функций, что ведет к ощутимой зависимости от компаний и консультантов «govtech».¹³ Соответственно, наращивание внутривидового ИТ-потенциала ГМУ могло бы способствовать решению некоторых проблем перерасхода средств и неудовлетворительных результатов, связанных с крупными ИТ-проектами.⁶

2.2 По продвижению политических партий в Интернет-среде

Как известно, в ходе исторической эволюции и демократизации российского социума были сформированы политические партии, которые в современной практике отечественного публичного управления являются необходимым элементом механизма реализации народовластия [33; 34].

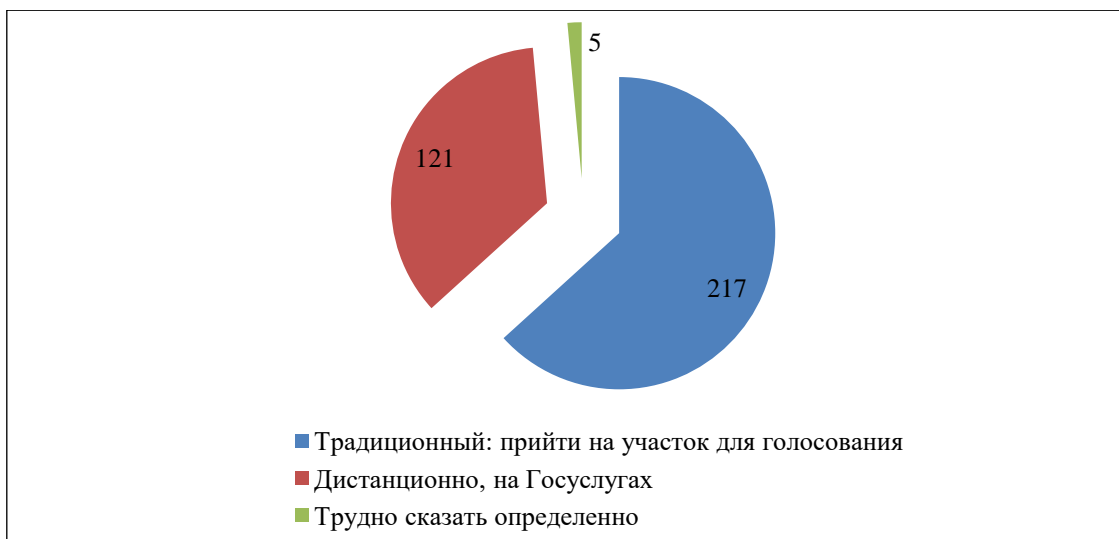


Рисунок 7. Ответы избирателей на вопрос: «Каким способом Вы предпочитаете голосовать?», чел. ($N = 343$; $n = 343$; $K_k = 0,23$; $K_c = 0,78$)
(источник: данные опроса в Google docsu обработки в Statistica)

¹³ «govtech» — это аббревиатура англ. слов «governmenttechnology», что обозначает цифровые технологии, используемые правительством.

Цифровизация экономики и общества не обошла стороной и политическую сферу. Это обусловлено, на наш взгляд, следующими основными факторами.

Во-первых, политические партии разрабатывают программы развития страны и занимаются поиском решения наиболее актуальных общественно-политико-экономических проблем, используя современный технологический базис, электронно-вычислительные машины и ИТ.

Во-вторых, ИТ уже используются в процессе электронного голосования на сайте Государственных услуг, и свыше трети избирателей (35,3 %) такой подход нравится (рис. 7).

В-третьих, поскольку политические партии являются механизмом воздействия на политиков и разные группы общества в целях реализации партийных интересов, то партии нуждаются в коммуникационных стратегиях, политическом PR и прочих технологиях маркетингового продвижения [35; 36]. Соответственно, в условиях цифровизации общества, при продвижении партий и формировании имиджа партии, применяются не только традиционные формы массовой коммуникации (газеты, журналы и другие печатные СМИ; радиовещание; телевидение), но и новые, цифровые инструменты: онлайн журналы, видео-хостинги, блоги, социальные сети, специализированные Интернет-ресурсы и др. [15; 37].

Это же подтверждают и результаты наших исследований. В частности, свыше половины респондентов говорят о том, что они получают информацию о политических партиях из Интернета, телевидения и блогов в соцсетях (рис. 8).

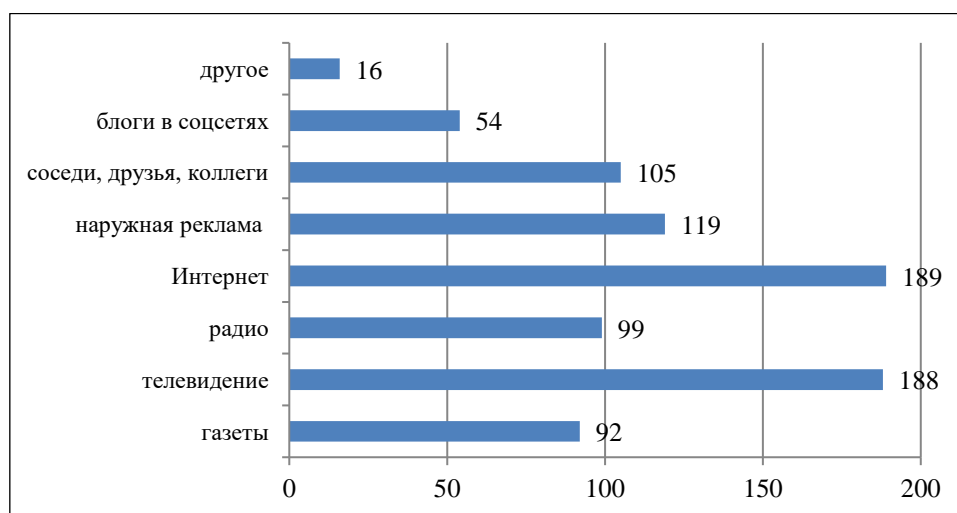


Рисунок 8. Ответы избирателей на вопрос: «Из каких источников Вы получаете информацию о выборах, политических партиях и кандидатах?», чел ($N = 343$; $n = 343$; $K_k = 0,23$; $K_c = 0,78$) (источник: данные опроса в Google docs и обработки в Statistica)

В данной связи является важным понимать, каковы рейтинги СМИ, чтобы при продвижении политических партий пользоваться теми из них, которые находятся в первой «десятке» рейтингов (рис. 9).

Из рисунка 9 следует, что кроме традиционных СМИ все большую популярность набирают и Интернет-ресурсы, где лидирует компания Rbc.ru.

Необходимо отметить, что на текущий момент в РФ зарегистрированы и действуют 77 политических партий¹⁴, из которых наиболее активными являются следующие: Единая Россия,

¹⁴ Рейтинг политических партий. 2024. URL: <https://topkin.ru/ratings/rejting-politicheskikh-partiy/> (дата доступа: 21.01.2024).

Коммунистическая партия Российской Федерации (КПРФ), Либерально-демократическая партия России (ЛДПР), Справедливая Россия (СР), Яблоко, Родина, Патриоты России (ПР), Коммунисты России (КР), Партия Дела (ПД), Новые Люди (НЛ), Великое Отечество (ВО).¹⁵

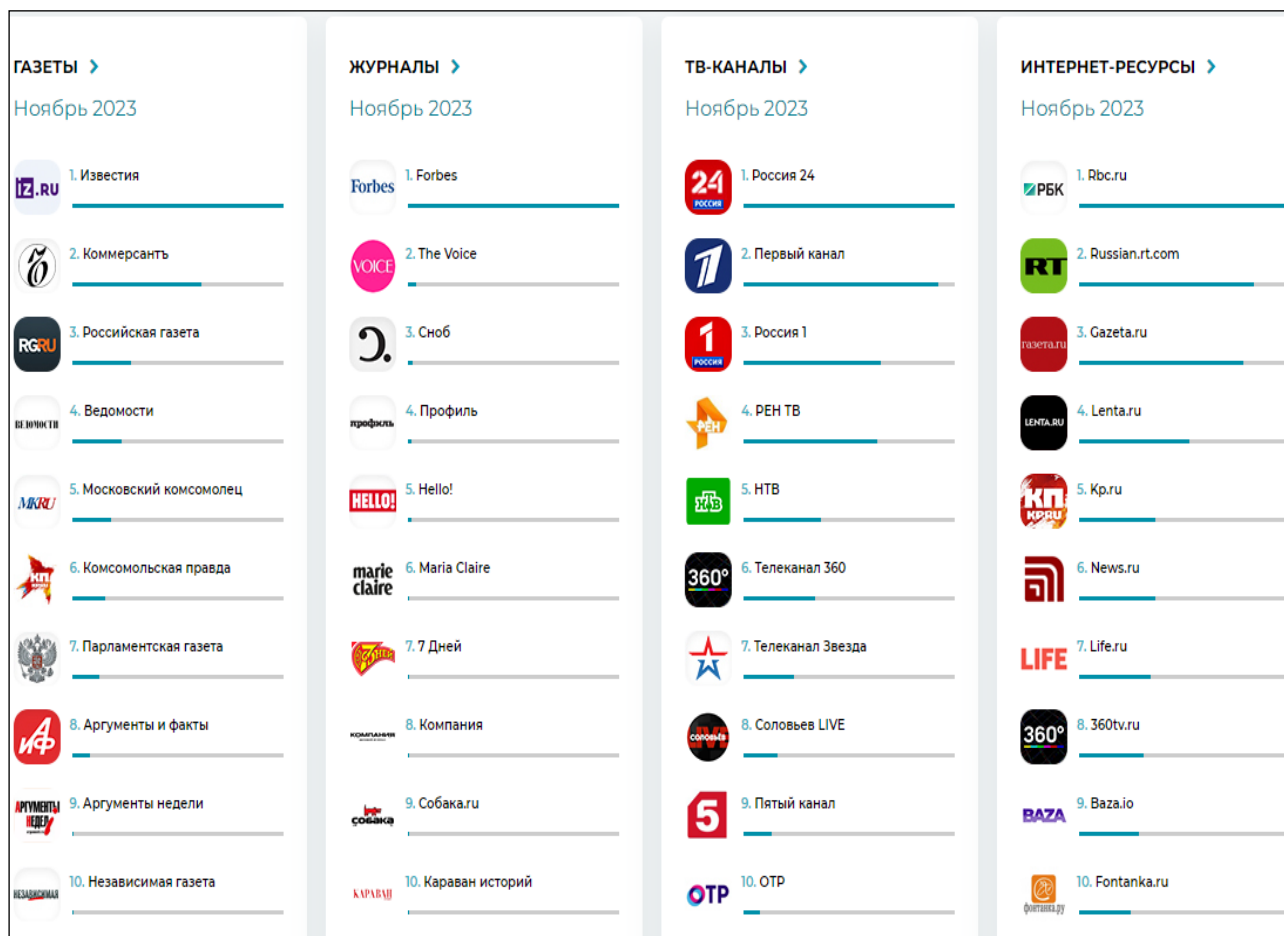


Рисунок 9. ТОП-10 СМИ в России (по состоянию на ноябрь 2023 года) (источник: URL: <https://www.mlg.ru/ratings/>)

Однако Интернет-активность этих политических партий РФ в социальных медиа существенно различается, как по количеству участников, так и по количеству заметок (постов) в социальных сетях (табл. 2).

Среди положительных аспектов применяемых партиями ИТ, можно выделить значительный объем информационных сообщений, направленных на целевую аудиторию.

Также является важным, как показали результаты наших исследований, что сами избиратели считают, что наилучшими инструментами продвижения политических партий в Интернете, дающими наибольшую обратную связь, являются, в порядке убывания:

- Социальные сети — 59,2 % ответов респондентов.
- Интернет-сайты — 43,5 %.
- Блоги — 32,5 % (рис. 10).

¹⁵ Рейтинг политических партий. 2024. URL: <https://wciom.ru/ratings/reiting-politicheskikh-partii/>.

Таблица 2

Интернет-активность политических партии РФ в социальных медиа

Наименование партии	Наименование социальной сети	URL	Количество участников	Количество постов в день
Единая Россия	ВКонтакте	https://vk.com/er_ru	183 665	6
	Telegram	https://t.me/er_molnia	38 866	8
КПРФ	ВКонтакте	https://vk.com/kprf	107 400	4
	Telegram	https://t.me/kompartya	8 829	6
ЛДПР	ВКонтакте	https://vk.com/ldpr	147 473	6
	Telegram	https://t.me/zhirinovskylive	20 610	5
СР (Справедливая Россия)	ВКонтакте	https://vk.com/spravo_ross	35 893	3
	Telegram	https://t.me/telega_spravedlivosti	5 190	8
Новые Люди	ВКонтакте	https://vk.com/party.newpeople	41 846	1
	Telegram	https://t.me/partynewpeople	21 856	1
Яблоко	ВКонтакте	https://vk.com/yabloko_ru	23 935	3
	Telegram	https://t.me/yabloko_party	6 168	3
Родина	ВКонтакте	https://vk.com/partiarodina	7 703	6
	Telegram	https://t.me/partiarodinaofficial	251	8
ПР (Патриоты России)	ВКонтакте	https://vk.com/rupatriots	4 730	—
	Telegram	—	—	—
КР (Коммунисты России)	ВКонтакте	https://vk.com/komros77	3 068	2
ПД (Партия Дела)	Telegram	https://t.me/partyadela	1 985	4
	ВКонтакте	https://vk.com/partiyadela	5 624	5
ВО (Великое Отечество)	Telegram	—	—	—
	ВКонтакте	—	—	—

Составлено авторами на основе изучения данных в ВКонтакте и Telegram за декабрь 2023 — январь 2024 года

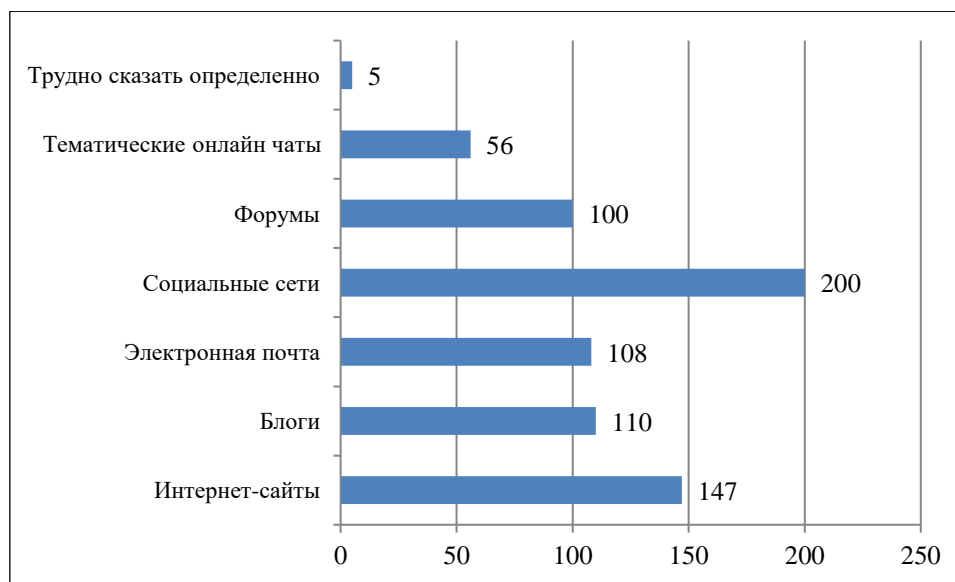


Рисунок 10. Ответы избирателей на вопрос: «Как Вы считаете, какие инструменты продвижения политических партий в Интернете дают наибольшую обратную связь с избирателями?», чел. (N = 343; n = 338; K_k = 0,21; K_c = 0,74) (источник: данные опроса в Google docs и обработки в Statistica)

Исходя из рисунка 10 и таблицы 2 становится очевидным, что лидерование «Единой России» по Интернет-активности в соцсетях, интегрировавшей наибольшее количество подписчиков и постов в день, не случайно, и соответствует современным положениям теории

и практики Интернет-маркетинга [38; 39]. Близкие позиции мы встречаем по данному вопросу и у других авторов [15; 37].

Вместе с тем, мы не можем не согласиться с утверждением В.В. Титова, что «...возможности воздействия на эмоциональную и мотивационную сферы потенциального и активного электората используются парламентскими политическими партиями не в полной мере» [37, с. 4]. Действительно, на текущий момент политические партии ограниченно применяют функционал и возможности, предоставляемые социальными сетями, поскольку публикация информационных и новостных материалов осуществляется не в публицистическом или разговорном жанре, а в официально-деловом стиле. Преобладание формальных публикаций создает коммуникативные барьеры и сохраняет дистанцию между партией и электоратом, что мешает активизации привлечения новых подписчиков на основе эффективных инструментов цифрового маркетинга. Так, значимыми метриками эффективности партий в Интернете являются уровень вовлеченности (репосты, лайки и комментарии) целевых групп в социальных медиа, а также систематическая работа по привлечению аудитории [38; 39]. Следовательно, необходимо «разбавление» формального политического контента — живым разговорным языком и/или публицистическим стилем, активизация интерактивного общения с электоратом в Интернет-среде, а также и разработка партийной бренд-стратегии и бренд-платформы. Это же подтверждают и результаты исследований В.В. Титова: «...партиям необходимо наладить более активную работу в онлайн-среде, использовать дополнительные инструменты привлечения внимания аудитории, а не только на ставших уже традиционными политических площадках в ... «ВКонтакте», предвосхищая миграцию онлайн-аудитории между ними» [37, с. 5].

Заключение

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что не смотря на актуальность и востребованность применения ИТ в публичном управлении, на текущий момент имеется множество вопросов, связанных как с внешним, так и внутренним применением ИТ в органах ГМУ, которые требуют скорейшего и безотлагательного решения.

Проведено исследование применения информационных технологий (далее — ИТ) в публичном управлении и продвижении политических партий в Интернет-среде. В ходе исследования авторами были реализованы три основные задачи: (1) рассмотрены особенности применения ИТ в публичном управлении; (2) разработаны анкеты для онлайн опросов и проведено анкетирование в Google docs репрезентативной выборки: студенческой молодежи вузов России, избирателей и экспертов (госслужащие); (3) рассмотрены некоторые аспекты применения ИТ в продвижении политических партий в Интернет среде.

Авторами показано, что рассмотренные вопросы требуют настоящего теоретико-методологического обоснования и серии практических исследований. Однако полноценных ответов на вышеуказанные вопросы пока нет, поскольку научная школа по указанной проблематике находятся в самом начале своего формирования.

Выявлено, что применение информационных технологий в сфере публичного управления чрезвычайно актуально в условиях развития информационного общества, перспективы построения электронного государства и необходимости электронной коммуникации государства и социума. Это обусловлено, прежде всего, тем, что значительное число социокультурных систем, включая и государственное управление, взаимозависят друг от друга. Цифровая среда в государственном управлении оказывает существенное воздействие в экономическом и социальном развитии общества. Поэтому, эволюция ИТ-сферы потенциально может создать условия для более плодотворной и продуктивной жизни всего общества.

Внедрение информационных систем в управление в государственные структуры содействует оптимальным условиям функционирования систем с автоматической обработкой данных, а также динамичной и эффективной коммуникации государственных структур с гражданами. Основная задача изменений в государственном управлении в условиях цифровизации — это повышение эффективности получения, передачи и использования информации.

В результате исследования авторами установлено, что хотя общество в целом положительно относится к внедрению ИТ в публичное управление, но на текущий момент существует множество вопросов, связанных как с внешним, так и внутренним применением ИТ в органах ГМУ, которые требуют скорейшего и безотлагательного решения.

Показано, что цифровизация экономики и социума не обошла стороной и политическую сферу. Это обусловлено совокупностью объективных факторов, а также и тем, что более половины респондентов утверждают, что они получают информацию о политических партиях из Интернета, телевидения и блогов в соцсетях. Политические партии в России весьма представлены в Интернет-среде. Вместе с тем, возможности эмоционально-мотивационного воздействия на целевую аудиторию электората используются политическими партиями недостаточно. Это говорит о необходимости активизации онлайн работы на основе использования инструментов цифрового маркетинга, изменения характера цифрового контента и разработки партийной бренд-стратегии и бренд-платформы.

Полученные авторами результаты могут быть полезны в качестве рабочего инструментария в деятельности руководителей публичного сектора, а также и лидеров политических партий, использующих в работе информационные технологии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Александров, А.В. Информационные технологии в управлении / А.В. Александров // Перспективы науки и образования. — 2015. — № 4(16). — С. 76–82. — EDN UHRWIZ.
2. Богуславский А.А., Боровин Г.К., Карташев В.А., Павловский В.Е., Соколов С.М. Модели и алгоритмы для интеллектуальных систем управления. — М.: ИПМ имени М.В. Келдыша, 2019. — 228 с. <https://doi.org/10.20948/mono-2019-boguslav>; <https://keldysh.ru/e-biblio/boguslav/index.pdf>.
3. Розенберг И.Н. Интеллектуальное управление // Современные технологии управления. — 2017. — Т. 4, № 76. — С. 1–10.
4. Эффекты коронакризиса и новых экономических санкций в цифровой экономике: высшее образование и рынок труда: монография / Г.В. Астратова, Е.Б. Бедрина, В.В. Климук, И.Б. Бритвина, В.А. Ларионова, Г.В. Пошехонова, Т.К. Руткаускас, Г.А. Савчук, Е.В. Сеницын, А.В. Толмачев, А.А. Яшин / под общ. ред. проф. Г.В. Астратовой; М-во науки и высшего образования Рос. Федерации, Урал. федерал. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2022. — 310 с.
5. Алексеева Л.Н. Создание электронного государства как один из этапов перехода к модели Goodgovernance // Вестник научных конференций. — 2016. — Т. 4, № 2(8). — С. 7–9.
6. Кайль Я.Я., Ламзин Р.М., Воловик В.С. Направления развития информационных технологий в публичном управлении России: федеральный уровень // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. — 2016. — № 2. — С. 1–7.

7. Киселев А.С. Современные теоретические подходы к понятию электронного государства // Актуальные проблемы российского права. — 2018. — Т. 6, № 91. — С. 32–39. <https://doi.org/10.17803/1994-1471.2018.91.6.032-039>.
8. Добролюбова Е.И. Государственное управление по результатам в эпоху цифровой трансформации: обзор зарубежного опыта и перспективы для России // Вопросы государственного и муниципального управления. — 2018. — № 4. — С. 70–93.
9. Dobrolyubova E., Klochkova E., Alexandrov O. Digitalization and Effective Government: What Is the Cause and What Is the Effect? In: Alexandrov D., Boukhanovsky A., Chugunov A., Kabanov Y., Koltsova O., Musabirov I. (eds). Digital Transformation and Global Society. DTGS 2019. Communications in Computer and Information Science. — 2019. — V. 1038. — P. 55–67. https://doi.org/10.1007/978-3-030-37858-5_5.
10. Lindgren I., van Veenstra A.F. Digital Government Transformation: a Case Illustrating Public E-service Development as Part of Public Sector Transformation // Dgo '18 Proceedings of the 19th Annual International Conference on Digital Government Research. — May 2018. — P. 1–8. <https://doi.org/10.1145/3209281.3209302>.
11. Holgersson Jesper and Karlsson Fredrik. Public e-service development: Understanding citizens' conditions for participation // Government Information Quarterly. — 2014. — Vol. 31, No. 3. — P. 396–410.
12. Астратова Г.В. Отраслевая политика государственного управления в системе высшего образования в условиях цифровизации // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15, № 5. — С. 1–17.
13. Millard Jeremy. Open governance systems: doing more with more // Government Information Quarterly. — 2015. — Vol. 35, No. 4. — P. 77–87.
14. William H. Voorberg, Viktor J.J.M. Bekkers, and Lars G. Tummers. A systematic review of co-creation and co-production: Embarking on the social innovation journey // Public Management Review. — 2015. — Vol. 17, No. 9. — P. 1333–1357.
15. Чижов Д.В. Формирование имиджа российских политических партий в сети Интернет // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены — 2016. — № 1. — С. 313–338. DOI: 10.14515/monitoring.2016.1.15.
16. Государство и общество в пространстве власти и политических коммуникаций. Политическая наука. Ежегодник. / подред. А.И. Соловьева. — М.: РОССПЭН, 2013. — 360 с.
17. Розенберг Н.В., Андросова Л.А. Современные инструменты продвижения политических кампаний // Социально-экономические явления и процессы. — 2018. — Т. 1, № 1. — С. 1–6.
18. Коровин Е.М. Избирательная кампания: понятие и темпоральные границы // Правоприменение. — 2020. — Т. 4, № 1. — С. 37–48.
19. Салин П.Б. Студенческая молодежь как «Постоянная переменная» российской массовой политики // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. — 2017. — Т. 4, № 28. — С. 47–51.
20. Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. 3-е изд.: Пер. с англ. — М.: Изд-во "Вильямс". — 2002. — 960 с.

21. Высшее образование и рынок труда в цифровой экономике: развитие математических методов и средств исследования сложных экономических систем. Научная монография: Коллектив авторов под общей и научной редакцией д.э.н., к.т.н., проф. Г.В. Астратовой / Астратова Г.В., Бедрина Е.Б., Ларионова В.А., Пошехонова Г.В., Руткаускас Т.К., Синицын Е.В., Синякова М.Г., Толмачев А.В. — Екатеринбург: УрФУ, 2021. — М.: Издательство «Перо», 2021. — 342 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47146122> (дата обращения: 11.05.2023).
22. Выпускники среднего профессионального и высшего образования на российском рынке труда: информационный бюллетень / М.В. Лопатина, Л.А. Леонова, П.В. Травкин [и др.]; под науч. ред. С.Ю. Рощина, В.Н. Рудакова. / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. — 72 с. DOI: 10.17323/978-5-7598-2195-3.
23. Василенко Л.А., Зотов В.В. Цифровизация публичного управления в России: риски, казусы, проблемы // Цифровая социология. — 2020. — Т. 3, № 2. — С. 4–16.
24. Цифровая экономика: 2020: Краткий статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневецкий, Л.М. Гохберг [и др.]. — Москва: Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики", 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-7598-2148-9. — EDN CJKUGI.
25. Цифровая экономика: 2023: краткий статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, С.А. Васильковский, К.О. Вишневецкий и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: НИУ ВШЭ, 2023. — 120 с.
26. Hood C. The “New Public Management” in the 1980s: variations on a theme // Accounting and Organizations and Society. — 1995. — Vol. 20, No 2/3. — P. 93–109. DOI: [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(93\)E0001-W](https://doi.org/10.1016/0361-3682(93)E0001-W).
27. Pollitt C. and Bouckaert G. Public Management Reform: A Comparative Analysis. — Oxford: Oxford University Press, 2000. — 409 p.
28. Маратова Х.Б. Кизи. Эволюция развития моделей государственного управления: Public administration, new public management и good governance // Государственная служба. — 2022. — Т. 24, № 6. — С. 1–8. DOI: 10.22394/2070-8378-2022-24-6-12-19.
29. Долгих У.О. Goodgovernance — альтернативный путь государственного управления // Наука. Мысль: электронный периодический журнал. — 2017. — № 6. — С. 23–28.
30. Барабашев А.Г. Кризис государственного управления и его влияние на основные административные парадигмы государства и бюрократии // Вопросы государственного и муниципального управления. — 2016. — № 3. — С. 169–171.
31. Чаннов С.И. Использование цифровых технологий в сфере публичного управления // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. — 2021. — Т. 21, вып. 4. — С. 419–428. DOI: 10.26907/2542-0405.2021.4.419-428.
32. Кипервар Е.А., Мамай Е.В., Мизя М.С., Кипервар Е.А. Цифровое государственное управление: вероятные риски и новые возможности // Креативная экономика. — 2020. — Том 14. — № 10. — С. 2223–2242. DOI: 10.18334/ce.14.10.110882.

33. Барамидзе С.М. Роль политических партий России в гражданском обществе // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». — 2013. — № 3, вып. 13. — С. 116–119.
34. Силаев В.С. Роль партий в политической системе Российской Федерации // Вестник ЧелГУ. — 2007. — № 9. — С. 15–21.
35. Саломатин А.Ю. Политический маркетинг как основа политических технологий и PR-кампаний в постмодернизирующемся обществе // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. — 2009. — Т. 10, № 2. — С. 26–35.
36. Никитина Т.И. Политическая реклама в электоральном процессе // Ученые записки Казанского университета. Сер. Гуманитарные науки. — 2007. — Т. 149, № 3. — С. 215–226.
37. Титов В.В. Медиаактивность российских парламентских партий в социальных сетях рунета // Общество: политика, экономика, право. — 2021. — Т. 3, № 92. — С. 1–5.
38. Chester Jeff, Montgomery Kathryn C. The role of digital marketing in political campaigns // Internet Policy Review. — 2017. — Vol. 6, iss. 4. — P. 1–20. DOI: 10.14763/2017.4.773.
39. Korschun Daniel, Kelly D. Martin, and Gautham Vadakkepatt. Marketing's Role in Understanding Political Activity // Journal of Public Policy & Marketing. — 2020. — V. 39, Is. 4. — P. 378–387. DOI: 10.1177/0743915620949261.

Astratova Galina Vladimirovna

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russia
Uralsky Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russian Federation, Yekaterinburg, Russia
E-mail: galina_28@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3579-4440>

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=263754

WoS: <https://www.webofscience.com/wos/author/rid/C-3514-2015>

Bekshaev Alexander Alekseevich

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russia
E-mail: alx.bekshaev@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-4766-6865>

On the use of information technologies in public administration and the promotion of political parties in the internet environment

Abstract. The use of information technologies in the field of public administration is extremely relevant in the context of the information society development, the prospects for building an electronic state and the need for electronic communication between the state and society. Digitalization of public administration is a fairly new direction in the theory and practice of digital management and digital marketing in the public sphere in general and in political campaigns in particular. This is due to the asymmetry of information on the stated issues and the expediency of this study. The purpose of the this study was to study the use of information technologies in public administration and the promotion of political parties in the Internet environment. Research objectives: (1) to consider the main features of the use of information technologies in public administration; (2) to develop questionnaires for online surveys and conduct a survey in Google docs of a representative sample: students of Russian universities, voters and experts (civil servants); (3) to consider some aspects of the use of information technologies in promoting political parties in the Internet environment.

The research methodology included: (1) monographs research methods; (2) online surveys in Google docs; (3) data processing in Google docs, Microsoft Excel, Statistica; (4) search the Internet (Yandex; Vkontakte; Telegram; Medialogia). The object of the study is information technologies in public administration. The subject of the research is the sources, methods and tools of public administration and promotion of political parties in the Internet environment.

The results obtained can be useful as a working tool in the activities of public sector managers, as well as leaders of political parties using information technologies in their work.

Keywords: information technology; digital technologies; digitalization; public administration; public administration; e-government; digital management; digital marketing; political parties; promotion; Internet promotion