

Секция «Конфликты в "цифровом обществе": природа, специфика, механизмы решения»

**Роль социальных сетей в информационном поле государственных органов
власти**

Научный руководитель – Бронников Иван Алексеевич

Майдан Валентина Алексеевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
политологии, Кафедра российской политики, Москва, Россия

E-mail: valentina.maydan@mail.ru

Как известно, социальные сети уже давно захватили все информационное пространство и, пожалуй, не найдется уже ни одной сферы жизни людей, которая бы не была представлена и оглашалась через социальные сети, и политика тому не исключение. Именно социальные сети стали главным каналом коммуникации между гражданами и институтами государственной власти, а количество вовлеченных в этот процесс хоть и медленно, но продолжает расти.

Как пишут Беленкова Л.М. и Белоконов С.Ю.: «Эффективное использование социальных сетей в государственно-политическом управлении способствует решению, как минимум, двух задач. Во-первых, такого рода государственно-политическое управление может решать задачи национальной безопасности государства. Во-вторых, грамотное применение современных интернет-технологий позволяет решать не менее важную политическую задачу — формирование позитивного имиджа государственных органов власти в контексте реализации публичной политики». В своей работе я хотела бы больше остановиться на втором пункте этого утверждения.

Итак, какие позитивные тенденции в сфере коммуникаций сферой социальные сети мы наблюдаем сегодня? Совсем недавно у МЧС России и МИД России появились аккаунты в Тик-Ток, на сайта государственных органов власти появились «иконки» с ссылками на их официальные аккаунты в социальных сетях, а в ряде случаев через эти аккаунты можно получить ответ на интересующие граждан вопросы прямо в комментариях под постами. Стоит отметить и то, что сами политики (особенно высшие должностные лица) стремительно завоевывают пространство в социальных сетях, а их аккаунты набирают тысячи подписчиков, охватов и реакций на контент.

Безусловно все это показывает более высокую вовлеченность государственных органов власти к современным площадкам коммуникации, но, конечно же, есть и проблемные моменты в данной теме. Так, аккаунты государственных органов до сих пор выборочно присутствуют в той или иной социальной сети, упуская из виду другие площадки. Есть проблема и самого стиля ведения этих аккаунтов. К сожалению, зачастую можно наблюдать как был создан официальный аккаунт органа власти, но он находится в заброшенном состоянии или же его ведение идет очень скудным образом. Следующая проблема это грамотность ведения этих аккаунтов и, наверное, это самый проседающий момент в данном вопросе. Очень многие аккаунты ведутся не под руководством опытного SMM-специалиста или хотя бы журналиста, а рядовым сотрудников органа власти, который, как правило, край мало знает о том, как правильно вести этот аккаунт, а в обучении этих сотрудников своей работы мало кто заинтересован. Конечно же, этого допускать нельзя, иначе подобная тактика (или же ее отсутствие) государственного управления имеет такие негативные последствия как: большой поток проблем и жалоб, с которыми приходится разбираться уже «очно» должностному лицу того или иного органа, вакуум в информационном пространстве и

его наполнение ложной информацией, агрессивная реакция граждан на заявления сделанные от имени органа власти, что в конечном счете может привести к не признанию гражданами авторитетности и правоты органов власти.

Чтобы не допустить вышперечисленно проблем необходимо в штате каждого органа власти иметь хотя бы одного специалиста по социальным сетям, присутствовать на всех существующих площадках, верифицировать аккаунты и своевременно реагировать на сообщения/комментарии/предложения граждан. Как показывает практика, при внимательном отношении к ведению социальных сетей государственные органы власти имеют высокую репутацию среди граждан, а проблем остающихся нерешенными практически не существует.

Итак, какие задачи позволяет выполнять социальные сети для государственных органов власти:

- 1) Информирование населения о деятельности государственного органа в более удобном формате для рядовых граждан;
- 2) Своевременное опровержение ложной информации, которая самым быстрым и доступным образом сможет распространяться именно через социальные сети;
- 3) Установление собственной повести дня и возможность влияния на общественное мнение;
- 4) Корректировка имиджа того или иного государственного органа;
- 5) Получение обратной связи от граждан и формирование более ясного представления по тому или иному вопросу.

Как видим, достаточно широкий спектр задач позволяют решать нам социальные сети, а потому пренебрегать этим инструментом для государственных органов власти означает быть исключенным из публичного поля информационных потоков и невозможность своевременного реагирования в случаях чрезвычайных и спорных ситуаций. В век продвинутых информационных технологий и разнообразных средств коммуникации вряд ли можно продолжать позволять отказываться от их использования, и таким образом мгновенно лишаться дополнительных очков к имиджу государственного органа власти. Необходимо массово распространить культуру ведения социальных сетей в государственных органах власти, а граждан призывать к участию в политических коммуникациях на доступных им виртуальных площадках.

Источники и литература

- 1) 1. Беленкова Л.М., Белоконов С.Ю. «Социальные сети в информационной политике: формирование имиджа федеральных органов исполнительной власти»//Журнал «Гражданин, выборы, власть» 2020, N1, с.92-102 <http://www.rcoit.ru/upload/iblock/2f6/Социальные%20сети%20в%20информационной%20политике%20формирование%20имиджа.pdf>
- 2) Петрин И.В., Авдеев Д.А. «Открытость информации в деятельности государственных органов»// Журнал «Государственная власть и местное самоуправление» 2019, N1, с.19-23 http://www.lawinfo.ru/assets/files/StatePower/2019/1/StatePower_1_19-6.pdf
- 3) РАСО «Активность федеральных органов исполнительной власти в социальных сетях» 2017// <https://www.raso.ru/news/24111>
- 4) Телеграм-канала «Иполитика» // <https://t.me/epolitica>