

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ: ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ

***Аннотация.** 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 статье обоснована значимость использования социальных сетей как «новых» информационно-коммуникационных технологий в целях повышения эффективности политического управления и формирования имиджа государственных органов. Проанализирован их качественный имиджевый потенциал, количественная и качественная динамика представленности федеральных органов исполнительной власти в социальных сетях. Авторами предложены практические рекомендации по совершенствованию имиджевого сопровождения деятельности федеральных органов исполнительной власти в интернет-пространстве.*

***Ключевые слова:** имидж государственных органов, имиджевая политика, «новые» информационно-коммуникационные технологии, социальные сети, интернет-ресурсы государственных органов, формирование имиджа государственной власти в интернет-пространстве.*

SOCIAL NETWORKS IN INFORMATION POLICY: FEDERAL EXECUTIVE AUTHORITIES IMAGE-MAKING

***Abstract.** The effective use of social networks in public-political management contributes to the solution of at least two tasks. First, electronic political administration can solve the tasks of national security of the state. Secondly, the competent use of modern Internet technologies allow to solve an equally important political task — the formation of a positive image of state authorities in the context of the implementation of public policy. The article substantiates the significance of using social media as «new» information and communication technologies*

БЕЛЕНКОВА Лариса Михайловна — кандидат политических наук, руководитель проектов Агентства «Полилог», г. Москва

БЕЛОКОНЕВ Сергей Юрьевич — кандидат политических наук, доцент, руководитель Департамента политологии и массовых коммуникаций Финансового Университета при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

to increase efficiency of political management and state bodies' image management. Their qualitative image potential, quantitative and qualitative dynamics of the representation of federal executive bodies in social networks are analyzed. The authors suggest practical recommendations on how to improve image support of federal state bodies' activities in the Internet.

Keywords: *state bodies' image, image policy, «new» information and communication technologies, social networks, Internet resources of state bodies, state authority image-making in the Internet.*

Изобретение интерактивной системы проектирования Web 2.0 породило новые информационно-коммуникационные технологии — социальные сети. Сегодня они получили достаточно широкое распространение. Эти каналы коммуникации как новые медианосители вносят значительный вклад в конструирование современной общественно-политической реальности. В России, как и в других странах, с их помощью в Интернете формируется новое политическое коммуникативное пространство.

Новые коммуникационные площадки характеризуются большой степенью политической свободы, критичности по отношению к власти и, одновременно, производными от этих достоинств разнообразными недостатками: вседозволенностью, безответственностью, критиканством и пр. Технологические возможности интернет-коммуникаций обеспечивают значительный потенциал для осуществления процесса политического управления в сетевом пространстве, а также определяют появление принципиально новых форматов и моделей политической онлайн-деятельности.

Современная государственная политика, отвечающая интересам обеспечения национальной информационной безопасности, с одной стороны, и информационно-идеологического обеспечения внутренней и внешней политики государства, — с другой, должна быть способной при необходимости обеспечивать воздействие на сознание и психику людей, их поведение и деятельность в интересах государства и гражданского общества. В полной мере такая возможность в современных условиях может достигаться лишь при условии грамотного и эффективного использования новых информационно-коммуникационных технологий в качестве полноценного инструмента реализации информационной политики государства.

В современных общественно-политических условиях социальные сети становятся мощным средством политического воздействия. Они представляют собой «мягкий» и «умный» механизм информационного воздействия, способный реализовать задачи как по систематической идеологической индоктринации населения, так и по управлению индивидуальным и групповым массовым сознанием и поведением, а значит, приобретают статус неотъемлемого инструмента политического управления. Нынешние условия заставляют государство менять характер и подходы к электронному управлению. И если говорить о современном государственно-политическом

управлении, проблема его реализации посредством социальных сетей не теряет своей актуальности. Представляется, что эффективное использование социальных сетей в государственно-политическом управлении способствует решению, как минимум, двух задач.

Во-первых, оно может решать задачи национальной безопасности государства. Современные отечественные исследователи отмечают, что создание информационно-коммуникационной инфраструктуры, развитие методов информационной работы в интернет-пространстве, а также разработка и использование эффективных технологий коммуникации в сети является задачей, необходимость решения которой становится критичной для любого современного государства, так как в случае отсутствия собственной коммуникационной инфраструктуры и навыков ее использования для информационной работы с собственным населением любое государство подвергает себя риску потери контроля над национальным информационным пространством. А это в условиях глобализации чревато весьма серьезными последствиями. Наличие развитой современной коммуникационной инфраструктуры в масштабах страны и активное разнообразное и эффективное ее использование в государственно-политическом управлении являются одним из критичных условий для обеспечения политической стабильности и информационной безопасности государства как такового [1, с. 168].

Во-вторых, грамотное использование современных интернет-технологий позволяет решать не менее важную политическую задачу — формирование позитивного имиджа государственных органов власти в контексте реализации публичной политики. Осваивая интернет-пространство и расширяя свое присутствие в нем, государственные органы создают так называемый электронно-цифровой имидж власти, способный служить эффективным средством репрезентации государственных структур в интернет-пространстве.

Качественная презентация государственных органов в Интернете обеспечивает положительный имидж государственной власти и, как следствие, высокий уровень доверия граждан к институтам власти. Более того, низкий уровень доверия может представлять собой внутреннюю угрозу национальной безопасности государства, помимо таких стандартных угроз в информационной сфере, как недостаточное развитие государственной системы регулирования процесса внедрения и применения информационных технологий; недостаточная эффективность информационного обеспечения государственной политики и т.д. Поэтому использование социальных сетей в государственной практике — это вопрос, который лежит как в плоскости электронного государственного управления и администрирования, так и публичной политики. Масштабное извлечение и применение потенциала этого инструмента способствует решению двух вышеперечисленных и весьма актуальных государственных задач.

Обоснование значимости данной проблематики можно увидеть как в классических концепциях, так и в современных исследованиях на стыке политического управления и публичной политики.

В классической модели сетевого государственного управления М. Кастельса социальным сетям (в широком смысле этого слова) придается ключевое значение. За счет пересмотра традиционных управленческих подходов и учета общественного мнения, которое формируется в социальных (общественных) сетях, управленцы могут принимать политические решения, направленные на удовлетворение общественных интересов и решение социальных проблем [2, с. 696].

Изучение цифровизации политики во всех ее измерениях пользуется большой популярностью и у отечественных исследователей. Так, проблема развития и эффективного применения интернет-технологий в государственном управлении получила освещение в трудах Л.В. Сморгунова, С.В. Володенкова, А.А. Косорукова. Социально-политические эффекты распространения цифровых технологий, процессы «интернетизации» российских политических практик нашли свое отражение в исследованиях Е.В. Бродовской, А.Ю. Домбровской, А.Ю. Бубнова, А.В. Волковой. Психологические аспекты использования цифровых технологий в политике затрагивались в публикациях Т.В. Евгеньевой, Л.А. Паутовой, А.Л. Зверева, А.В. Селезневой и ряда других авторов.

Они, отмечая изменение характера и технологий современного государственного управления, обосновывают факт, что новые интернет-технологии и социальные сети становятся важным ресурсом политического управления. Интернет-технологии политической коммуникации обладают высоким потенциалом в рамках осуществления политического управления и активно используются в рамках проведения современных политических кампаний различного масштаба. Высокий уровень доверия со стороны пользователей, значительный мобилизационный потенциал для реализации политических оффлайн-проектов позволяют рассматривать коммуникационные интернет-технологии в качестве актуального и эффективного инструмента современной политики [3, с. 177].

Очевидно, что феномен социальных сетей, трансформируя государственное управление, меняет и модель публичной политики. Современное понимание публичной политики и развитие концепции делиберативной (совещательной) демократии лежит в основе идей Ю. Хабермаса, который обосновывал необходимость принятия политических решений, формулировки политической повестки и рассмотрения спорных вопросов, базируясь на общественном мнении. В современных условиях многие интернет-технологии позволяют как раз формировать, артикулировать общественное мнение и оказывать воздействие на многие политические процессы.

Многими отечественными исследователями констатируется факт изменения современного дизайна публичной политики, они отводят в нем

определенную роль именно социальным сетям [4, с. 3], хотя российская публичность многими авторами рассматривается как декларативная. Но практически все они сходятся в том, что в качестве одного из приоритетных направлений государственной публичной политики выделяют построение информационного общества, развитие практики электронного администрирования и построение электронного правительства. Целью данного направления публичной политики является повышение доступности государственных услуг и информации о деятельности органов власти для населения страны [5, с. 158].

Несмотря на то, что большинство исследователей отмечают существенную роль социальных сетей как инструмента современного политического управления и атрибута публичной политики, проблема использования социальных сетей в государственном управлении, как минимум, для решения задачи по формированию позитивного имиджа не является в полной мере исследованной. Создание позитивного имиджа в условиях современной политической интернет-коммуникации, в первую очередь, следует рассматривать как достижение наиболее органичного присутствия власти в интернет-пространстве. Такое присутствие сегодня может быть достигнуто посредством эффективного использования информационно-коммуникационных технологий. И здесь, наряду с так называемыми традиционными информационно-коммуникационными технологиями (интернет-сайтами), важную роль начинают играть новые информационно-коммуникационные технологии — социальные сети [6].

Широкое использование населением социальных сетей заставляет правительство тщательно задумываться о том, каким образом можно извлечь выгоду от их применения в выстраивании взаимоотношений с гражданами, повышая при этом уровень их вовлеченности и участия.

* * *

Западные исследователи отмечают важность присутствия власти в социальных медиа для повышения уровня доверия граждан. Это становится возможным, если правительства используют социальные медиа в качестве активного информационного канала, демонстрируя тем самым, что власть не только следит за действительностью, но и реагирует на нее. Социальные медиа дают возможность государству получить преимущества от их использования за счет креативного и инновационного коммуницирования с гражданами. Данные интернет-ресурсы позволяют государственным органам доносить любые необходимые информационные послания или новости быстрее и эффективнее [7].

Социальные сети предоставляют широкий спектр возможностей для поиска целевой аудитории и взаимодействия на общественное мнение. Они характеризуются динамичностью, оперативностью смены информации, относительной «неформальностью» и удобством пользования. Эти

преимущества, как видится, следует использовать в повседневной работе государственных органов. Так, посредством социальных сетей можно апробировать PR-проекты, транспортировать фрагменты официального сайта, организовать обсуждение проблематики и интересов госструктуры, зондировать общественные настроения, инициировать групповое общение, стыкующееся с действиями и решениями органа власти, внедрять идеи своей организации, создавать устойчивый круг единомышленников государственных интересов, проецировать взгляды и мнения, отражающие элементы государственной политики и т.д. Важно делать это качественно, деликатно и постоянно.

Социальные сети могут быть использованы как в повседневной жизни, так и в период предвыборных кампаний или иных важных политических событий для жизни страны, когда ситуация в обществе может обостряться. Задача государственной власти заключается в том, чтобы активно погружаться в работу с социальными сетями, через них предоставляя публике достоверную информацию о деятельности государственных органов, а также проводя мониторинг состояния общественного мнения.

* * *

Говоря о новых возможностях работы на индивидуальном уровне, нужно исходить из того, что они могут быть использованы в целях противостояния столь распространенному в обществе безразличию и аморальному поведению; формирования нормального мировоззрения у молодежи; воспитания разносторонне развитой, социально ответственной, патриотически настроенной личности, способной противостоять деструктивным влияниям.

С идеологической точки зрения, специалисты, работающие в социальных аккаунтах государственных органов, должны распространять идеологию своего государства: ненавязчиво и систематически доводить до широких категорий граждан нужную общественно-политическую информацию. Такое воздействие обеспечивает и решение многочисленных задач, возникающих в процессе политического управления [8].

В практической плоскости реализация имиджевого потенциала социальных сетей и их грамотное использование в повседневной деятельности могло бы стать эффективным средством управления имиджем государственных органов. В связи с этим общие рекомендации, касающиеся сопровождения страниц в социальных сетях органов государственной власти, можно сформулировать следующим образом:

- расширение присутствия в социальных сетях: создание страниц на самых популярных ресурсах — в «Facebook», «Вконтакте», «Одноклассники», «Instagram»;
- обеспечение наличия на официальных страницах государственных органов ссылок на страницы в социальных сетях;

- перевод «групп государственных органов», созданных в социальных сетях, в разряд «публичных страниц»;
- регламентация правил поведения в группах и на страницах, утвержденных администрацией;
- создание уникального контента для своих страниц (отказ от использования ссылок на отдельные ресурсы, написание полноценных публикаций): освещение важных событий, достижений государственного органа, ведение регулярных рубрик, проведение возможных конкурсов, интересных социально-значимых мероприятий, видео-отчетов с мероприятий, тематических видео и др.;
- разграничение контента в зависимости от вида социальных сетей (состава их целевой аудитории);
- системная публикация новостей;
- увеличение количества фото- и видеоматериалов;
- усиление механизма «обратной связи»: обеспечение обсуждения актуальных тем, возможности направления сообщений государственному органу;
- изменение дизайна страниц на более яркий и привлекательный и др.

При этом, несмотря на значимость социальных сетей и их бесспорный имиджевый потенциал, стоит подчеркнуть, что активное ведение страниц в социальных сетях государственными органами автоматически не решает проблему формирования их позитивного имиджа. Последнее связано не только с системным ведением аккаунтов, но и с использованием уникального и качественного контента для их наполнения, способствующего укреплению положительного образа того или иного государственного органа в сознании граждан.

Активное присутствие власти в социальных медиа влияет на повышение уровня доверия граждан к ней, особенно в том случае, если власть транслирует информацию и пытается выстроить диалог с населением относительно деятельности своих государственных органов, их достижений, общественных проблем и статуса их разрешения.

Однако, в настоящее время федеральные органы исполнительной власти Российской Федерации не сильно демонстрируют заинтересованность в обеспечении качественным контентом, обратной связи с широкой общественностью и не стремятся активно использовать возможности данных интерактивных средств политической интернет-коммуникации. Удачные примеры такого использования, безусловно, есть, но их трудно назвать общепринятой практикой.

Представленность федеральных органов исполнительной власти в социальных сетях не всегда означает их активность — публикацию новостей и информации не реже, чем раз в три дня. Показатели активности могут быть ниже, чем показатели представленности, так как государственные органы могут иметь аккаунты, но их не вести либо очень редко размещать там информацию (см. таблицы 1–2).

Таблица 1.

Представленность и активность федеральных органов исполнительной власти Российской Федерации (ФОИВ) в социальных сетях, февраль 2018 г.

ФОИВ	Представленность в соцсетях, 2018 г.	Активность в соцсетях, 2018 г.
Министерство юстиции	3 (ВКонтакте, Facebook, Twitter)	0
Министерство транспорта	5 (ВКонтакте, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube)	4
Министерство сельского хозяйства	6 (Facebook, Instagram, Twitter, ВКонтакте, Одноклассники, YouTube)	5
Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций	4 (ВКонтакте, Facebook, Instagram, Twitter)	2
Министерство здравоохранения	6 (Facebook, ВКонтакте, Одноклассники, Twitter, Instagram, YouTube)	1

Таблица 2.

Представленность и активность федеральных органов исполнительной власти Российской Федерации (ФОИВ) в социальных сетях, август 2019 г.

ФОИВ	Представленность в соцсетях, 2019 г.	Активность в соцсетях, 2019 г.
Министерство юстиции	3 (ВКонтакте, Facebook, Twitter)	0
Министерство транспорта	5 (ВКонтакте, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube)	0
Министерство сельского хозяйства	6 (Facebook, Instagram, Twitter, ВКонтакте, Одноклассники, YouTube)	5
Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций	4 (ВКонтакте, Facebook, Instagram, Twitter)	2
Министерство здравоохранения	6 (Facebook, ВКонтакте, Одноклассники, Twitter, Instagram, YouTube)	4

По состоянию на 20.08.2019 широко представлены в социальных сетях такие ведомства как Министерство сельского хозяйства (Facebook, Instagram, Twitter, ВКонтакте, Одноклассники, YouTube), Министерство спорта (Facebook, Instagram, YouTube, ВКонтакте), Министерство просвещения (Facebook, Instagram, ВКонтакте, Одноклассники, YouTube), Министерство здравоохранения (Facebook, ВКонтакте, Одноклассники, Twitter), Министерство транспорта (Facebook, ВКонтакте, Instagram, Twitter) и др. Следует отметить, что в данных ведомствах ведению социальных сетей уделяется достаточно внимания: везде публикуются новости, в зависимости от типа сети выкладываются публикации разного содержания с учетом целевой аудитории и уместные видео- и фотоматериалы.

Министерство связи и массовых коммуникаций — ведомство, которое, как представляется, должно быть неким показателем представления государственных органов в Интернете, к сожалению, не отличается «образцовостью». Ссылок на социальные сети на официальном сайте ведомства нет. Аккаунты ведутся в Facebook и Twitter. По состоянию на 20.08.2019 в аккаунт Instagram нет доступа (хотя ссылка на странице в Facebook имеется). Отсутствие практики использования социальных сетей демонстрирует Министерство юстиции: ведомство полностью игнорирует ведение своих аккаунтов или страниц в них. Официальных страниц министерства в Facebook и Instagram нет, а ВКонтакте страница Минюста остается заброшенной с 2016 года.

Отдельно отметим ведение социальных сетей Правительством Российской Федерации, которое представлено в ВКонтакте, Twitter, YouTube, притом социальные сети ведутся на качественно высоком уровне. Единственным вопросом остается забытая с 2012 года страница на Facebook. Несмотря на то, что у главы Правительства и некоторых должностных лиц имеются персональные страницы в социальных сетях, представляется, что созданная страница в социальных сетях должна либо вестись, либо удалена.

Проанализировав динамику изменения активности аккаунтов федеральных органов исполнительной власти Российской Федерации в социальных сетях за полгода, можно прийти к очевидному выводу, что в них интенсивного наращивания активности не наблюдается. Социальные медиа, как современные интернет-технологии, предоставляют стратегическую возможность, которая должна использоваться властью для большего вовлечения граждан, бизнес-структур и общественных организаций в интернет-коммуникацию. Исследователи подчеркивают, что если властные структуры решают быть представленными в социальных медиа, им следует придерживаться нескольких важных правил: они не должны ограничивать себя просто созданием страницы в Facebook или Twitter; им необходимо становиться активными пользователями этих сайтов, снабжая свои аккаунты своевременной регулярной и актуальной информацией [7].

Активное и «качественное» присутствие государственных органов в Интернете посредством социальных сетей обеспечивает защиту национального

сегмента от различных деструктивных «прострелов», а также укреплению доверительного и лояльного отношения населения к власти в процессе формирования ее позитивного имиджа.

Подчеркнем, что социальные сети в виде новых информационно-коммуникационных технологий не просто применимы в процессе имиджевой коммуникации между властью и обществом. Будучи мощным средством политического воздействия, они раскрывают новые возможности работы по формированию образа на индивидуальном уровне, связывая ее с формированием и воспитанием разносторонне развитой, социально ответственной, патриотически настроенной личности, способной самостоятельно противостоять деструктивным влияниям.

Качественная работа органов государственной власти по предоставлению посредством новых медиа правдивой информации о тех или иных событиях, волнующих людей, способствует выработке самостоятельных конструктивных предложений по их решению. Это становится критически важным, исходя из того факта, что населению часто навязывается недостоверная информация, распространяемая через социальные сети и различные блоги политическими акторами, заинтересованными во введении людей в заблуждение и дестабилизации политической власти. Сегодня, в условиях динамичного развития возможностей интернета, именно социальные сети представляются наиболее продуктивными и эффективными для решения задач политического позиционирования, поскольку позволяют реализовать целый ряд важных опций: оперативная обратная связь с населением, многоформатные возможности представления необходимого (иногда идеологического) контента, оценка общественного мнения и формирование лояльности.

Для возможности контроля и противостояния деструктивным политическим силам, распространяющим откровенно лживую информацию о деятельности государственных органов, государственным структурам необходимо наращивать свою активность и присутствие в Интернете за счет грамотного использования своих аккаунтов социальных медиа. Преимущества и особенности социальных сетей также необходимо использовать и в повседневной работе над имиджем органов государственной власти. Так, в социальных сетях можно организовать обсуждение общественной проблематики и интересов граждан, анализировать мнение населения, инициировать групповое общение, соответствующее целям, действиям и решениям органа власти, внедрять идеи государственного органа, аргументировать принимаемые решения, проецировать взгляды и мнения, отражающие элементы государственной политики и пр.

В отношении ведения аккаунтов социальных сетей федеральным органам исполнительной власти весьма важно обеспечивать граждан системной, качественной, адекватной и актуальной информацией, создавать возможности для оперативной обратной связи и учета общественного мнения по актуальным публичным вопросам. Это позволит федеральным органам

исполнительной власти, с одной стороны, соответствовать ожиданиям и уровню восприятия граждан, а с другой, — выполнять важную для себя миссию по легитимации власти: формировать благоприятный образ в глазах населения. Все это в совокупности будет способствовать формированию позитивного имиджа государственной власти, а также реализации целей государственной информационной политики.

Список литературы

1. Володенков С.В. Теория коммуникации Х.А. Инниса и современные информационно-коммуникационные технологии: политологический анализ // Социально–политические науки. 2011. № 1. С. 166–169.
2. Castells M. Toward a Sociology of the Network Society // Contemporary Sociology. 2000. Vol. 29. № 5. P. 693–699.
3. Володенков С.В. Технологии интернет-коммуникации в системе современного политического управления: дис. ... д. полит. наук: 23.00.02. М., 2015. 441 с.
4. Мирошниченко И.В. Социальные сети в российской публичной политике: автореф. дис. ... д. полит. наук: 23.00.02. М., 2013. 41 с.
5. Косоруков А.А. Публичная сфера и цифровое управление современным государством. М.: МАКС Пресс, 2019. 320 с.
6. Беленкова Л.М. Имидж государственных органов: потенциал информационно-коммуникационных технологий // Управленческое консультирование. СПб., 2017. № 4 (100). С. 199–209.
7. Khasawneh R.T. E-Government and social media sites: the role and impact // World Journal of Computer Application and Technology. 2013. № 1(1). P. 10–17.
8. Володенков С.В., Чулков Д.И. Политические коммуникации как инструмент конструирования современной социально-политической реальности // Русская политология — Russian political science. 2018. № 4 (9). С. 3–8.