

Научная статья  
<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2024-8-17>  
УДК 316.77



## ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ СТРУКТУРАМИ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ДЛЯ КОММУНИКАЦИИ С НАСЕЛЕНИЕМ

*Червова Н.В.*

ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет»

**Аннотация.** Целью проведенного исследования является изучение проблем применения социальных медиа государственными структурами для организации коммуникаций с населением для повышения эффективности взаимодействия данного коммуникационного инструмента. В статье рассмотрены варианты организации коммуникации с населением через обратную связь на официальной странице государственного учреждения, а также социальные сети и мессенджеры. По каждому виду выделены преимущества и недостатки. В ходе исследования был применен метод сравнительного анализа. В заключении статьи сформулированы основные выводы о проблемах и преимуществах применения ресурсов сети Интернет в качестве коммуникационного инструмента при взаимодействии с широкой общественностью.

**Ключевые слова:** государственные органы, коммуникации, коммуникационные инструменты, социальные медиа, население, обратная связь, тенденции, преимущества, проблемы.

## PROBLEMS OF USE OF SOCIAL MEDIA BY GOVERNMENT STRUCTURES FOR COMMUNICATION WITH THE PUBLIC

*Natalia V. Chervova*

*Pacific State University*

**Abstract.** The purpose of the study is to study the problems of using social media by government agencies to organize communications with the population to increase the efficiency of interaction of this communication tool. The article discusses options for organizing communication with the population through feedback on the official page of a government agency, as well as social networks and instant messengers. For each type, advantages and disadvantages are highlighted. During the study, a comparative analysis method was used. In conclusion, the article formulates the main conclusions about the problems and advantages of using Internet resources as a communication tool when interacting with the general public.

**Keywords:** government bodies, communications, communication tools, social media, population, feedback, trends, advantages, problems.

### **Введение.**

В настоящее время Интернет, социальные сети и мессенджеры прочно вошли в повседневную жизнь и трудовую деятельность людей. В социальных сетях по некоторым данным люди проводят около 8 ч в день. Возросла потребность людей в скорости получения необходимой информации, в том числе и оперативности реагирования на их заявления, жалобы и предложения в официальные государственные органы и структуры, предоставляющие государственные услуги.

В 2023 года были внесены поправки в Федеральный закон от 02.05.2006 №59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» и несколько поправок в Федеральный закон от 27.07.2010 №210-ФЗ «Об орга-

низации предоставления государственных и муниципальных услуг», согласно которым коммуникация может осуществляться с помощью информационных технологий в электронной форме через единый портал госуслуг, а именно – единое окно МФЦ, а также поправки, обязывающие госорганы информировать население о тенденциях в соответствующей сфере, например, о состоянии рынка труда, нововведениях, новых НПА, давать им разъяснения и так далее [1; 2].

Работа по предоставлению госуслуг в электронной форме через «единое окно» поставлена хорошо и уже осуществляется на достаточно высоком уровне (хотя срок организации такой работы обозначен до 01.01.2025 г.). А вот вопросы информирования населения госструктурами по актуальным темам и нововведениям с помощью

информационных технологий, в том числе социальных сетей и мессенджеров недостаточно регулированы, так как нет конкретных рекомендаций и инструкций.

#### **Обсуждение.**

Для лучшего понимания проблемы изучим данные официальной статистики, отражающие доступность получения государственных услуг и информации от госструктур через сеть Интернет.

По данным Росстата, 98,4 % населения РФ имеют мобильный телефон (98,7 % в городах, 97,4 % в сельской местности). Домашний доступ к сети Интернет имеют 74,9 % населения РФ (79,7 % в городах и 59,5 % в сельской местности).

Из-за отсутствия средств хотели бы, но не могут приобрести средства связи с доступом в Интернет (из числа тех, у кого их нет) 19,8 % (в том числе 17,2 % – это городское население, 23,9 % – жители сельской местности). Среди населения РФ старше 15 лет 84,5 % пользуются Интернетом (86,6 % – в городах, 77,8 % – в селах). Из них 70 % выходят в интернет каждый день (73 % – в городах, 60,7 % – в сельской местности).

С целью получения информации о госуслугах, о подаче документов на сайтах госорганов и МФЦ таких пользователей 24,2 % от всего населения РФ (27,2 % – в городах и 15,3 % на селе). Также отмечается, что около 80 % респондентов пользуются соцсетями ежедневно, причем доля таковых высока как в городе, так и на селе (81,7 % и 77,5 % соответственно) [3].

Так как пользователями данной информации и госуслуг является практически все взрослое население страны, то виден потенциал роста охвата в том числе и через социальные сети.

Таким образом, доля населения, имеющего средства связи с выходом в Интернет, достаточно высока, но в сельской местности этот показатель значительно ниже.

Следовательно, реализация права гражданина на получение госуслуг и информации не реализуется в полной мере.

Возможный путь решения данной проблемы – это организация точек доступа к сети интернет в МФЦ, «Почта России» и т.д. Однако стоит помнить о том, что даже при наличии технических средств связи, из-за плохого качества связи ими не всегда можно воспользоваться в труднодоступных и удаленных районах страны.

Необходимо развивать зону покрытия связи с доступом в Интернет и обеспечивать ее бесперебойную работу, как на основе государственно-частного партнерства, так и полностью за

счет государства в тех районах, куда бизнес не хочет идти из-за низкой рентабельности.

Обеспечить равные права всем гражданам России на территории страны независимо от труднодоступности их места проживания – важная задача государства.

Кроме проблем технического и социального характера, можно выделить ряд организационных проблем, мешающих эффективной коммуникации госструктур с населением через сеть Интернет, а именно:

- недооценку руководством социальных сетей, как коммуникационного инструмента;
- отсутствие централизованно разработанных рекомендаций по ведению социальных сетей, мессенджеров и сайтов государственными структурами;
- сайты некоторых госорганов имеют непрезентабельный дизайн, неудобную навигацию, информация не обновляется месяцами;
- не организована обратная связь с населением (в лучшем случае представлены только контакты, а комментарии, реакции и отзывы отключены);
- в большинстве случаев, отсутствие в штате специалистов по ведению сайтов государственных организаций, социальных сетей и мессенджеров (формальное исполнение закона, использование одинакового контента для всех социальных сетей, мессенджеров и сайта);
- проблему кибербезопасности, то есть слабо организованная защита от взлома/блокировки сайта хакерами, внедрения вредоносных программ, утечки данных пользователей и подписчиков.

Коммуникационные проблемы:

- неумение государственных структур реагировать на критику (зачастую находят выход в полной блокировке комментариев и реакций);
- низкий охват (часто количество подписчиков примерно равно количеству сотрудников данной государственной организации).

Для разработки рекомендаций необходимо разобраться в особенностях различных коммуникационных инструментов.

Социальные медиа – это все виды интернет-ресурсов и интернет-площадок, используемых для онлайн-коммуникаций всеми заинтересованными пользователями для установления контента [4].

Официальный сайт организации – это несколько логически взаимосвязанных интернет-страниц организации, объединенных одной тематикой,

дизайном и зарегистрированных в Интернет по одному адресу и под одним доменным именем, где в обязательном порядке представлены: юридический адрес организации, фамилии и рабочие контакты должностных лиц и т. д. Доступен широкой общественности.

Социальные сети – это интернет-платформы, представляющие собой открытое добровольное виртуальное сообщество людей, объединенных по какому-либо принципу, ориентированное на широкую общественность («ВК», «Одноклассники» и др.). Необходимо учитывать, что у каждой социальной сети, есть свои особенности и своя целевая аудитория. Например, аудитория «ВК» – это, в основном, молодые люди в возрасте 18-35 лет, а у соцсети «Одноклассники» – это люди в возрасте 40+ лет. Также особенностью является то, что здесь активно работают внутренние алгоритмы рекомендаций и есть возможности продвижения. Недостаток заключается в том, что, алгоритмы социальной сети формируются на основе интересов пользователя, поэтому часть важной информации может остаться вне его поля зрения, если он ранее не интересовался данным вопросом.

Мессенджеры – это интернет-инструмент для общения людей в основном один-на один или в относительно небольших группах. Например, «Телеграмм» (в основном – молодежная аудитория до 35 лет). Особенность – при количестве подписчиков более 1000 чел. в группе может появляться чужая платная реклама, оплаченная заказчиком руководством «Телеграмм», которая скрыта от владельца канала, что затрудняет возможность контроля этой рекламы.

Отличие мессенджеров от социальных сетей в том, что социальные сети имеют всеобщий доступ, а мессенджер предполагает личное виртуальное общение один-на один или в относительно небольшой группе.

Необходимо отметить, что в настоящее время различия между мессенджерами и соцсетями стираются. Статистика подтверждает высокий интерес пользователей к социальным медиа, поэтому госструктурам нельзя пренебрегать этим инструментом при взаимодействии с населением.

Преимущества социальных сетей и мессенджеров как коммуникационных инструментов государственных структур с населением:

- большой потенциал охвата целевой аудитории при правильной организации процесса и адекватной подаче информации;
- возможность быстро распространить ак-

туальную информацию, важную для общественности (информирование о внесении изменений в законодательство и возможность дать разъяснения и комментарии по их применению, новые льготы и т. д.);

– отражение положительных результатов и фактов деятельности государственных структур, а также информирование о предстоящих мероприятиях, к которым нужно привлечь внимание общественности;

– при необходимости, организация консультаций населения по важным социальным вопросам (возможно личное общение через встроенные сервисы);

– удобно получать обратную связь от населения с оценкой принятых административных решений, эффективно разрешать конфликтные ситуации, а также возможность организации учета мнения граждан по вопросам, проходящим процедуру общественного обсуждения;

– создание атмосферы открытости и прозрачности работы государственных структур и др.

Для повышения эффективности взаимодействия государственных структур с населением через социальные медиа необходима разработка четкой стратегии, программы и контент-плана.

#### **Результаты.**

В статье выделены основные проблемы организации коммуникации госструктур с населением через Интернет и социальные сети.

Исследованы статистические данные о наличии средств связи с доступом в сеть Интернет и активности населения России в социальных сетях.

Разграничены виды социальных медиа: официальный сайт организации, социальные сети и мессенджеры.

Рассмотрены особенности каждого инструмента. Перечислены основные проблемы в организации коммуникации госструктур с населением через социальные медиа.

#### **Заключение.**

Современные реалии диктуют государственным структурам необходимость использования социальных медиа для коммуникации с населением. Это нашло отражение в законодательстве.

Однако внедрению этой инициативы мешает ряд объективных проблем, а именно:

- 1) технические (отсутствие возможности доступа к Интернет в труднодоступных районах страны);
- 2) социально-экономические – у неболь-

шой части населения нет финансовой возможности купить средства связи или компьютер, с выходом в Интернет);

3) организационные (формальный подход к ведению социальных медиа, отсутствие рекомендаций по ведению соцсетей, нехватка квалифицированных специалистов и т.д.);

4) коммуникационные (неумение работать

с критикой и низкий охват потенциальных пользователей).

Грамотно выстроенная стратегия и детальная проработка контент-плана с учетом адаптации материалов к особенностям конкретных коммуникационных инструментов и их целевых аудиторий, позволит повысить доверие и эффективность взаимодействия между населением и госструктурами.

#### Конфликт интересов

Не указан.

#### Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

#### Conflict of Interest

None declared.

#### Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

#### Литература:

1. ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан РФ» от 02.05.2006 №59-ФЗ (в последней редакции). СПС «Консультант Плюс». [Электронный ресурс]: URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_59999/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_59999/) (дата обращения 10.07.2024 г.).

2. ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» от 27.07.2010 № 210-ФЗ. СПС «Консультант Плюс». [Электронный ресурс]: URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_103023/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023/) (дата обращения 10.07.2024 г.).

3. Комплексное наблюдение условий жизни населения 2022. Обеспеченность домохозяйств средствами связи. Использование сети Интернет. [Электронный ресурс]: URL: [https://rosstat.gov.ru/free\\_doc/new\\_site/GKS\\_KOUZH\\_2022/index.html](https://rosstat.gov.ru/free_doc/new_site/GKS_KOUZH_2022/index.html) (дата обращения 10.07.2024 г.).

4. Пустовалов А. В. Информационная деятельность в социальных сетях: учебное пособие / А. В. Пустовалов. – Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2024. – 130 с.

#### References:

1. Federal Law «On the procedure for considering appeals from citizens of the Russian Federation» dated May 2, 2006 No. 59-FZ (as amended). SPS «Consultant Plus». [Electronic resource]: URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_59999/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_59999/) (date accessed 07/10/2024).

2. Federal Law «On the organization of the provision of state and municipal services» dated July 27, 2010 No. 210-FZ. SPS «Consultant Plus». [Electronic resource]: URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_103023/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023/) (accessed 07/10/2024).

3. Comprehensive observation of living conditions of the population 2022. Provision of households with communication means. Using the Internet. [Electronic resource]: URL: [https://rosstat.gov.ru/free\\_doc/new\\_site/GKS\\_KOUZH\\_2022/index.html](https://rosstat.gov.ru/free_doc/new_site/GKS_KOUZH_2022/index.html) (accessed 07/10/2024).

4. Pustovalov A. V. Information activities in social networks: textbook / A. V. Pustovalov. – Perm: Perm State National Research University, 2024. – 130 p.

#### Информация об авторе:

**Червова Наталья Владимировна**, кандидат экономических наук, доцент Высшей школы «Медиа, коммуникаций и сервиса» Института социально-политических коммуникаций ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет»; Россия, Хабаровск, E-mail: 003819@pnu.edu.ru

**Natalia V. Chervova**, PhD in Economics, Associate Professor at the Higher School of Media, Communications and Service, Institute of Socio-Political Communications, Pacific State University; Russia, Khabarovsk.