СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ПРОЦЕССЕ КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ ВЛАСТЬЮ И ОБЩЕСТВОМ

Киселева А. М.

доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры региональной экономики и управления территориями, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского (Россия), 644077, Россия, г. Омск, проспект Мира, д. 55-А, shpak.evg@mail.ru

Шпак Е. А.

аспирант кафедры региональной экономики и управления территориями, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского (Россия), 644122, Россия, г.Омск, ул.Сазонова, д.64, кв.29, shpak.evg@mail.ru

УДК 005.521:32
ББК 66.06

Цель. Изучение проблем и возможностей формирования общественного мнения, посредством коммуникации органов власти и населения через социальные сети, на примере Омской области.

Методология и методы. Проведен анализ и сравнение использования социальных сетей федеральными и региональными органами власти на примере Омской области. Результаты подтвердили существование проблемы ограниченного использования возможностей современных технологий коммуникации органами власти. С целью установления причин неэффективного использования сетей, был проведен экспертный опрос представителей органов региональной власти, СМИ и социальных сетей.

Результаты и область применения. Подводя итог анализу процесса коммуникации органов власти с населением посредством социальных сетей, можно сделать вывод о том, что в Омской области этот процесс малоэффективен. Недостатком является ограниченное использование социальных сетей, а именно отсутствие процесса общения и обсуждений, актуальных для населения вопросов и проблем. В этой связи, необходимо создать принципиально иную модель коммуникации власти и общества, которая бы позволила оперативно реагировать на обращения граждан, получать от них обратную связь, и предоставила бы им возможность высказывать своё мнение в отношении тех или иных действиё органов власти. Такая модель позволила бы более эффективно воздействовать на общественное мнение, оперативнее решать актуальные проблемы граждан, что, в свою очередь, помогло бы поднять авторитет власти в глазах населения и повысить уровень доверия к ней.

Научная новизна. Научная новизна заключается в исследовании взаимодействия органов власти и населения посредством современных средств массовой коммуникации. Сформулированы актуальные направления в изучении коммуникации органов власти и общества.

*Ключевые слова***:** Органы власти, население, социальные сети, общественное мнение, формирование общественного мнения, коммуникации, манипулятивные технологии, средства массовой коммуникации.

SOCIAL NETWORKS IN THE PROCESS OF COMMUNICATION OF THE AUTHORITIES AND SOCIETY

Kiseleva A. M.

Doctor of Sociology, Associate Professor, Professor of the Regional Economy and Territorial Management Department, Dostoevsky Omsk State University (Russia), 55-A, Mira prospect, Omsk, Russia, 644077, shpak.evg@mail.ru

Shpak E. A.

Postgraduate student of the Regional Economy and Territorial Management Department, Dostoevsky Omsk State University (Russia), fl. 29, 64, Sazonova str., Omsk, Russia, 644122, shpak.evg@mail.ru

© Киселева А. М., Шпак Е. А., 2015

Киселева А. М., Шпак Е. А.

Purpose. To study the problems and opportunities for forming public opinion, through communication of the authorities and the population through social networks exemplified by the Omsk region.

Methodology and methods. The use of social networks by federal and regional authorities is analyzed and compared through the example of the Omsk region. The results confirmed the problem of limited use of modern communication technologies by the authorities. In order to establish the causes of such inefficient use of networks expert survey of the representatives of regional authorities, the media and social networks was conducted.

Results and scope of application. Summing up the analysis of the authorities' communication process through social networks, it can be concluded that this process is ineffective in the Omsk region. The weakness is the limited use of social networks, in particular, lack of communication and discussions of the issues and problems urgent for the population. So, it is necessary to create a fundamentally different model of communication of the authorities and society, which would allow for the prompt addressing to the citizens' complaints, for getting feedback from them, and for the possibility to express their own views on the authorities' actions. Such a model would enable the authorities to more effectively influence the public opinion, to quickly solve the citizens' current problems, which, in its turn, would help raise the profile and increase the credibility of the authorities in the eyes of the population.

Scientific novelty. The scientific novelty is in researching the interaction of the authorities and the public through modern communication media. Up-to-date trends in researching the communication of the authorities and society are formulated.

Key words: authorities, population, social networks, public opinion, public opinion formation, communication, manipulative technologies, mass communication means.

Сегодня существуют различные формы, средства и виды коммуникации власти и населения. Многие из способов общения связаны с различными средствами массовой коммуникации. Первоначальные коммуникации между властью и обществом заключались в личном общении или подданных руководителю государства. По мере развития общества совершенствовались и каналы коммуникации. Современный этап развития технологий предназначенных для общения в обществе привело к появлению особого вида массовой коммуникации, которое появилось между субъектами социально-политических отношений, имеющих цель формирования общественного мнения и воздействие на поведение аудитории. Если до XXI века основными каналами коммуникации выступали печатные издания и электронные средства коммуникации, такие как телевидение и радио, то в настоящее время получило активное развитие интернет-коммуникации, характеризующиеся высокой скоростью передачи и распространения информации. Распространяемые сообщения теперь могут содержать большой объем информации, с краткими и запоминающимися названиями увеличили силу воздействия на аудиторию. Каждая часть сообщения привносит свой элемент в формирование мнения, текст – в логически выстроенные и завершенные доводы и обоснования, заголовок – делает новость запоминаемой и въедающейся в память. Всем современным и популярным интернет-ресурсам необходимо постоянно обновляться и взаимодействать с людьми получая от них обратную связь, так называемую реакцию на сообщение, тем самым оказывая все большее влияние на социально-политическую сферу. [1]

Появившиеся относительно недавно интернет-коммуникации способствуют развитию гражданского общества, формируя тренд о необходимости становления публичными и более открытыми социально-политические процессы. Интернет-коммуникации подпитывают процесс формирования эффективного диалога между органами власти и общественным сектором, позволяя осуществлять взаимодействие чиновников непосредственно с целевой аудиторией и там самым, получать обратную реакцию. Интернет также можно характеризовать как информационную базу, в которой аккумулируется, хранится и воспроизводится неограниченный объем информации, обеспечивая оперативный доступ аудитории к ней. Также интернет играет одну из важных ролей в развитии гражданского общества по расширению функций социального контроля власти. Но упрощается и обратный процесс – формирование общественного мнения. [2].

Известный итальянский философ У. Эко, анализируя изменения в мире, связанные с предпочтением людьми новых технологий в достижении своих экономических и политических целей, а также наблюдая не нуждающиеся в каких-либо технологических новшествах слои общества, сделал вывод о разделении общества на: тех, кто смотрит телевидение, т.е. получает готовые образы и кейсы без собственного критического осмысления и тех, кто будет отбирать, и обрабатывать информацию сам в интернете при помощи компьютера [3].

Д. Белл, основатель концепций постиндустриального и информационного общества говорил о том, что развитие технологий приведет к политическому

манипулированию элиты над массами посредством управления информацией и контроля за её распространением. Для примера можно привести Американский опыт: компания Google сохраняет на постоянной основе все запросы с каждого компьютера, на котором используется поисковик Google или пример в Египте в 2012 году, когда власти блокировали доступ к интернету в масштабах всего государства, чтобы предотвратить массовые акции протеста населения, а точнее основное метод организации данных акций через онлайн ресурсы.

Социальные сети, как средство коммуникации в своих трудах описывали: Н. Б Кириллова., Ю. А. Головин, В. П. Ситников, М. Н. Володина, А. Баранова, А. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили, Н. Е. Дмитриева, Г. М. Аванесов, К. А. Демичева, М. М. Акулич, М. В. Загидуллина, Р. А. Внебрачных, Д. И. Семенов, Г. А. Шушарина и другие. Все авторы, изучающие современные средства массовой коммуникации, в том числе использование социальных сетей в коммуникационных процессах, отмечают тот факт, что сегодня виртуальное общение посредством интернет – получил огромную популярность среди населения, также это подтверждается данными исследования пользователей интернет и социальных сетей академией «pro-smm». По данным их исследований на январь 2015 года количество пользователей интернет в России составляет 87,5 млн. человек (60% от общего населения страны), при этом около 67 млн. человек пользуются интернетом (46% от общего населения страны) [4]. Высокая степень популярности такого рода взаимодействия делает этот способ коммуникации очень актуальным и внушает необходимость использования в рамках любого масштаба, в том числе между органами власти и обществом.

При определенном подходе интернет-коммуникации могут способствовать развитию взаимодействия между органами власти и населением, а также стать важным средством обратной связи. Сегодня штаб любого кандидата в рамках избирательных кампаний, действующих политиков, или органов власти, используют современные технологии для мониторинга комментариев и публикаций граждан и избирателей, тем самым сформировав портреты сторонников, выделив наиболее важные и значимые вопросы и проблемы комментаторов, и проинформировать о возможности их решения. Вокруг блогов, сообществ и форумов популярных политиков, партий, общественных или государственных представителей образуются огромное количество подписчиков и участников, которые обсуждают важные вопросы вокруг разнообразных тем, связанных с социально-политическими процессами. Очень часто, классические СМИ и тем более цифровые СМИ включаются в это общение с общественностью при помощи предоставления возможности на своих площадках обсуждать различные вопросы. Они создают свои аналоги на просторах интернет при помощи ведения различных сообществ, блогов и страниц в социальных сетях или общаются на форумах, тем самым повышая свою популярность и уровень доверия населения к ним.

На популярность использования социальных интернет-технологий в общественно-политической коммуникации повлияло заявление бывшего президента РФ Д. А. Медведева, в котором он заявил, о необходимости повышения общей компьютерной грамотности и расширении использования интернет-ресурсов [5]. Присутствие политика в социальных сетях делает его таким же, как и все остальные пользователи: наличие возможных общих друзей, возможность написать сообщение или прокомментировать фото, можно увидеть его увлечения и занятия в повседневной жизни. Таким образом, политики и представители аппарата чиновников становятся более доступными для общественности, что влияет на мнение людей об их открытости и внушает больше доверия, нежели человек с экрана телевизора в официальных передачах.

Проблема исследования взаимодействия власти и общества актуальна во все исторические периоды существования государства. Заключается она в сложности информировании всего населения о деятельности власти, а также в получении обратной связи от населения о проблемах, существующих в данном обществе. С развитием общества и появлением классических СМИ, проблема в информировании отчасти была решена, но в дальнейшем было понятно, что далеко не всё население обращается к тем или иным СМИ, поэтому официальные приемные были во все времена основным источником коммуникации. С развитием общества и появлением сети интернет, органы власти создали свои представительства в виде интернет-порталов, что способствовало сближению с народом, а соответственно сформировалось мнение о том, что органы власти должны быть открыты и доступны перед всем обществом.

В сложившейся ситуации, когда информационное сопровождение деятельности органов власти не всегда является открытым, не смотря на все усилия показать свою доступность, начал развиваться процесс усиления данной проблемы. В социальных сетях представители общественности начали открыто высказывать свою позицию, тем самым формируя общественное мнение о том, что многие органы власти скрывают свою деятельность и лишь создают вид коммуникации с населением. В результате формирования подобного мнения необходимо повышать свою открытость и легитимность, а также оперативно осуществлять коммуникации с обществом с целью решения проблем

в обществе. Примером таких действий в нашей стране можно считать 2011–2012 год, когда проблему с коррупцией и закрытости власти поднимал Навальный и остальные представители «непарламентской оппозиции». [6]

В 2014 году, компания mail.ru провела анализ пользователей социальных сетей по возрастным критериям по данным представленным TNS Web-Index, который показал, что большая часть аудитории популярных социальных сетей в России составляет молодежь в возрасте от 18 до 34 лет [7]. Основываясь на результатах данного анализа, в первую очередь необходимо использовать социальные сети для коммуникации с активной молодежью, которая в современном мире активно общается на просторах в сети интернет и может формировать общественное мнение, а значит необходимо открывать свои представительства в различных социальных сетях и блогах. Существуют социальные сети основная аудитория в которых начинается от 34 лет и в таких социальных сетях тоже есть необходимость создания представительств, но необходимо готовить контент в соответствии с ожиданиями аудитории. Коммуникация посредством социальных сетей между властью и населением может в первую очередь положительно влиять на имидж власти, формируя в общественном мнении установки открытости и доступности её для людей. Затраты на коммуникацию посредством сетей интернет могут быть минимизированы, что повлияет на экономию бюджетных средств, которые тратятся на информирование общественности о деятельности органов власти на различных информационных интернет-ресурсах и порой нецелесообразно.

В первую очередь для обоснования выдвинутых идей мы использовали анализ социальных сетей, точнее анализ представительств федеральных и региональных органов власти в социальных сетях. Поскольку в рамках данного анализа была выявлена проблема того, что региональные органы власти используют современные средства коммуникации на много реже, чем федеральные, было решено провести экспертный опрос представителей, как органов власти, СМИ и социальных сетей об актуальности использования современных СМК.

Сегодня мнения различных представителей о влиянии социальных сетей на социально-политические коммуникации расходятся. С одной стороны политизированная часть аудитории социальных Интернет-технологий составляет небольшую часть политически активного населения. С другой – появился тренд качественного роста социально-политического сегмента Российского интернета, при котором меняется отношение к социальным сетям, где интернет становится основной площадкой для диалогов и конструктивных предложений для органов власти. Сеть Интернет рассматривается как информационно-коммуникационный канал взаимодействия с населением, при этом одним из эффективных инструментов использования являются официальные представительства в социальных сетях.

Представители компании «Инфометр» проводили анализ практического использования социальных интернет-технологий Федеральных органов власти с декабря 2014 по апрель 2015 года. За отведенный период были проанализированы самые популярные социальные сети среди федеральных органов исполнительной власти (Рисунок 1). Из рисунка 1 видно, что ФОИВ используют в общей сложности 84 аккаунта в различных социальных сетях для формирования коммуникации с населением [8].

Самой популярной является Twitter – 33 аккаунта. В данной социальной сети без адаптации информации под её формат в 140 символов не обойтись, иными словами, недостаточно передать информацию в доступном виде, необходимо уместить законченную мысль в короткое сообщение. Основная часть публикаций состоит из заголовка новости со ссылкой на официальный интернет-сайт. Бывают ситуации, когда федеральные органы исполнительной власти не адаптируют даже заголовки со ссылками на официальные сайты, в таких случаях сообщения получаются обрезанными. На порядок реже встречается иная активность, выражающаяся в репостах информации из других аккаунтов, размещения изображений, публикации сообщений без ссылок. По использованию Twitter федеральными органами власти можно сделать вывод о том, что основная цель публикации сообщений – дублирование своей основной новостной ленты, без публикации информативных схем и графиков, горячих линий, срочных предупреждений или иного, что может заинтересовать большую часть пользователей сети.

Вторая социальная сеть по популярности среди федеральных органов исполнительной власти 27 аккаунтов – Facebook. В данной социальной сети, также как и в Одноклассниках (2 аккаунта) и «Вконтакте» (15 аккаунтов) сообщества и представительства являются открытыми для широкой публики, не смотря на это, не все предоставляют возможность открытого комментирования материалов. Что является несомненным плюсом, большинство новостей являются, адаптированы для аудитории данной социальной сети, т.е. упрощаются тексты перед публикацией, при этом, некоторые сообщества становятся похожими на развлекательные сообщества. В сообществах также присутствуют аккаунты для обратной связи, что является значительным плюсом для взаимодействия с общественностью и повышения информационной открытости.

Ещё одна социальная сеть, которая используется федеральными органами власти – Instagram, в ней

создано 10 аккаунтов различных представительств. Данная сеть популярна среди пользователей, благодаря практическому отсутствию текстовых сообщений и все сообщения представляются фотографиями или картинками. Очень эффективное средство для онлайн ведения трансляции из различных мероприятий, нуждающихся в наличии фотография, например соревнования. Поскольку данная сеть была первоначально развита как для использования мобильных устройств – это является огромным плюсом, для экстренного оповещения населения органами МЧС или МВД. Все проанализированные аккаунты ведутся исключительно в соответствии со спецификой деятельности самого органа власти.

Не смотря на то, что федеральные органы исполнительной власти представлены в различных социальных сетях, процесс освоения социальных интернет ресурсов ещё не освоен до конца. Если федеральные органы представлены в интернете в достаточно объемном формате, то у региональных органов власти значительно меньше сообществ в социальных сетях.

Рассмотрим использование социальных сетей в качестве представительств на примере правительства Омской области. Для осуществления коммуникации со средствами массовой информации и с населением использует свой официальный Интернет-портал, а также, три социальные сети: Instagram, (Инстаграм), YouTube (Ютуб) и Twitter (Твиттер).

В Instagram, (Инстаграм) публикуются фотографии губернатора Омской области, с кратким описанием его деятельности, которые нередко в печатные СМИ и на телевидение. Кроме официального Интернет-портала правительства Омской области, это единственное средство Интернет-коммуникации, в котором присутствует обратная связь с населением, но она ограничивается лишь оценочными суждениями других пользователей в отсутствии каких-либо диалогов и обсуждений [9].

Использование YouTube (Ютуб) – главного мирового видео-портала Правительством Омской области достаточно ограничено. Большинство видео о деятельности органов власти региона публикуется с использованием других, менее популярных видео сайтов и также характеризуется практически полным отсутствием обратной связи с населением. Однако, те немногочисленные видео, которые публикуются на YouTube (Ютуб), часто, активно обсуждаются пользователями [10].

Что касается Твиттера, то в этой социальной сети публикуется лишь очень краткое описание новостей с официального Интернет-портала Правительства Омской области. Эти публикации часто идут с большим временным отставанием от появления самих новостей и носят лишь информативный характер, отсылая пользователей непосредственно к порталу поэтому, они практически не обсуждаются и не комментируются пользователями [11].

Официальный Интернет-портал Правительства Омской области, где размещается основной объём информации о его деятельности, имеет достаточно чёткую структуру и проработку, однако, ещё не все его разделы, особенно, по части взаимодействия с населением, доработаны, а некоторые – вообще не функционируют. Вся его система построена на принципах односторонней коммуникации, что сильно сказывается на её эффективности [12].

Помимо основных аккаунтов самого правительства, в социальных медиа, также присутствуют представительства некоторых органов власти и действующего губернатора (на момент написания статья врио губернатора В. И. Назарова).

Использование региональными исполнительными органами власти Омской области Twitter:

- Губернатор В. И. Назаров – публикации только за май 2015 года [13]
- Министерство природных ресурсов и экологии Омской области [14] – с 2014 года перестали использовать данную площадку для коммуникации с населением.
- Министерство образования Омской области – активно использует площадку для коммуникации с населением [15]
- Иные учреждения в данной социальной сети найдены не были.
- Использование социальной сети vk.com:
- Министерство финансов Омской области – активно использует данную площадку для коммуникации [16]
- Главное управление лесного хозяйства Омской области – активно использует данную площадку для коммуникации [17]
- Главное управление ветеринарии Омской области – до июля 2015 года активно использовалась площадка [18]

Иные учреждения в данной социальной сети найдены не были.

Использование региональными исполнительными органами власти Омской области instagram кроме В. И. Назарова не определено, использование социальной сети «Одноклассники» также не определено.

Активное использование площадок для коммуникации определялось наличием публикаций минимум 1 раз в неделю в течение 1–2 месяцев.

В ходе проведенного анализа было выявлено 5 из 26 региональных органов власти, помимо врио губернатора и представительств самого правительства Омской области, которые используют социальные сети для коммуникации с населением. В сравнении

использования потенциала современных СМК Омской региональной властью и федеральной, можно отметить большое расхождение 9 аккаунтов в Омской области и 84 аккаунта федеральных органов. На основе полученных данных можно сделать вывод о том, что в Омске не достаточно эффективно используют социальные сети для коммуникации с населением, в связи с этим в продолжении нашего анализа использования современных средств коммуникации в социально-политическом диалоге между властью и обществом, мы провели опрос экспертов в области коммуникации органов власти и общества. В опросе участвовали чиновники областного правительства в области информационной политики Омской области, представители различных СМИ, а также популярных сообществ социальной сети «Вконтакте».

Целью опроса было определить основные способы коммуникации между представителями власти и общества, узнать отношение специалистов к использованию социальных сетей и определить основные направления модернизации данных способов коммуникации с целью повышения их эффективности, тем самым формируя положительный образ регионального правительства среди граждан.

Всем респондентам было задано несколько вопросов, анализ ответов на которые позволил сделать выводы о мнениях представителей власти, СМИ и социальных сетей, относительно текущей ситуации при проведении взаимодействия органов власти с населением, а также, относительно путей дальнейшего развития и совершенствования механизмов и технологий данного процесса.

На вопрос о том, каким образом необходимо осуществлять обратную связь с населением, тем самым формируя 2-х стороннюю коммуникацию власти и общества, большинство экспертов ответили, что личные встречи самое оптимальное средство. Но из-за того что для этого необходимо большое количество ресурсов, в основном временного, это не самый удобный способ. Замену личным встречам может составить личное общение в сети интернет, посредствам социальных сетей и интернет-сайтов. При этом необходимо использовать социальные сети как площадки с более открытым доступом.

Не были оставлены и классические и электронные СМИ, по которым идет основной обмен информации о работе правительства, депутатов и губернатора. По мнению представителей власти и СМИ – они представляют точную информацию о их деятельности, но не смотря на это, представители социальных сетей отметили, что порой в СМИ не хватает достаточного количества аналитики и описания подробностей или комментариев других представителей общественности, только сухие факты, которые выдаются за действительность и не предоставляют альтернативу для размышления, чем могут влиять на мнение граждан.

Другие представители экспертов предлагали варианты коммуникации при помощи смс-информирования о праздниках и датах, но в нашем понимании, такой способ коммуникации с данным информационным посылом сможет только лишь напомнить о том, что есть такой представитель власти, который их поздравляет или напоминает о себе в преддверии выборов.

Как Вы понимаете значение фразы «эффективная коммуникация между населением и властью»?

В этом вопросе все эксперты отметили основным моментом донесение информации от одного актора до другого, однако при этом, некоторые эксперты отметили в рамках данного понятия совместные действия, которые не противоречат друг другу и направлены на решение различных проблем общества. Если обобщить все основные моменты, сказанные респондентами, можно составить следующее определение: эффективная коммуникация – это взаимодействие, предполагающее обратную связь, позволяющее поддерживать интерес и доверия населения к работе власти, направленное на формирование пролонгированной лояльности к исполнительной и законодательной власти.

Эксперты также отметили важность формирования эффективной коммуникации по нескольким причинам:

- Эффективная коммуникация между властью и населением способствует решению проблем граждан путем донесения их до власти.
- Решения проблемы граждан, власть формирует о своей деятельности положительное мнение, тем самым способствует повышению уровня доверия и минимизирует возможные протесты со стороны общественности.
- Освещая данную деятельность, СМИ повышают и свой рейтинг, путем повышения просмотров реальными людьми и событиями, акторы которых, интересуются данными сюжетами.
- Вышесказанное доказывает то, что диалог между органами власти и обществом выгоден обеим сторонам. Если говорить о положительных сторонах эффективного диалога для власти, можно выделить следующее:
- Возможность быстрого доведения информация до населения о важных событиях, и поскольку уровень доверия в данной ситуации выше, они могут доносить любую необходимую им информацию, при этом, не оплачивая услуги журналистов.
- Возможность усиления своей позиции в политике в рамках проведения определенной информационной политики.
- Использование и оперирование мнением своих спикеров и экспертов, укрепляя их авторитет

и формируя мнение в обществе о профессионализме данных личностей по теме комментирования тех или иных аспектов, событий, явлений, тенденций.

• Говоря о плюсах для общества при эффективной коммуникации между социумом и властью посредством социальных сетей можно выделить следующее:

• Оперативное освещение важных событий из «первых уст» и экспертов не зависимо от дня недели или времени суток;

• Возможность оперативно прокомментировать ту или иную новость, а также задать вопрос непосредственно эксперту или представителю власти, тем самым развивая коммуникацию в сети интернет.

• Коммуникация между органами власти и обществом посредством современных социалных интернет-технологий, имеют ряд минусов для аудитории:

• Властные структуры, публикующие информацию могут применять различные технологии, используемые в журналистике, формирующие искаженное общественное мнение;

• Отражение политики конкретного властного лица, а не партийной структуры или правительственного аппарата;

• Информация, передаваемая властью в сообщениях может скрывать те или иные факты и отражать информацию с удобной для отправителя точки зрения, также этот способ называют методикой скрытого отображения реальности [19]

Минусы для органов власти в двухсторонней коммуникации с обществом посредством социальных сетей заключаются в излишней публкации негативных выкриков со стороны представителей общественности в стороны высших должностных лиц и всей административной структуры в целом.

При существовании плюрализма мнений, который предполагает собой свободу выражения политических взглядов, будет способствовать развитию гражданского общества. Поскольку плюрализм предполагает использование мнений озвученных разными сторонами в том числе и оппонирующими, то отсутствие данного может повлиять на появлении «спирали молчания» описанной Э. Ноэль-Нойман [20]. Суть данной теории заключается в существовании в обществе некого мнения, которое выражается публично и поддерживаемое большинством, в связи с чем меньшинство не высказывает оппозиционного мнения, боясь выглядеть асоциально. При попытке СМИ откорректировать картину реального распределения мнений, и предоставляя информацию только с одного ракурса человек, мнение которого оказалось не публичным, даже если его мнение на самом деле является мнением большинства, публично становится в меньшинстве, тем самым человек «замолкает» и принимает позицию публичного большинства, создавая эффект того, что это мнение как раз и принадлежит большинству. [21]

По этому же примеру многими исследователями социально-политических процессов отмечается явление присоединения к победителю в процессе голосования, особенно при периодическом освещении деятельности победителя, как уже свершившегося факта.

Создатель теории «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман в качестве общего правила Ноэль-Нойман утверждает, что в случае, если человек не находит своего мнения в массовой коммуникации, тот безмолвствует, следовательно отсюда вытекает вышеотмеченная возможность манипуляции, когда в массовой коммуникации оказывается представленной только одна сторона. Другая сторона в ответ замыкается в себе и замолкает либо оставаясь при своем мнении либо принимая другую сторону.

При ответе на вопрос, заданный респондентам, о том, чего не хватает органам власти для осуществления эффективной коммуникации – многие мнения разошлись. Один из экспертов предположил, что власти не хватает открытости, а точнее не достаточного информирования населения о своей деятельности, в связи с чем, население просто не знает, что именно по факту делает тот или иной орган власти. Власть боится или просто не хочет выйти с обществом на открытый диалог. Также были мнения о нехватки финансирования для решения проблем граждан, а также ангажированность собственными интересами.

В результате накопившихся проблем в коммуникации между властью и населением, встает вопрос о необходимости привнесении изменений в этот процесс. По этому поводу опрошенные эксперты отметили необходимость работы с людьми в индивидуальном порядке и эту возможность могут предоставить современные интернет-технологии.

Основной современный и эффективный способ коммуникации с населением, которые стоит внедрить в применение, по мнению экспертов – это социальные сети.

Но основной акцент в их использовании необходимо сделать не на развлечении и простом информировании граждан, а на разъяснении общественности тех или иных решений, а также на получении от людей наказов и проблем для решения. Также эксперты отметили, что использовать социальные сети – необходимо, но только специалистами в этом направлении и в рамках информационной политики, проводимой органами власти.

Было отмечено, что использование социальных сетей, форумов и блогов, будет намного целесообразнее и логичнее, если это делать от имени конкретных людей, политиков, высших должностных лиц, однако чиновникам на местах, имеет смысл также пользоваться социальными технологиями, но в целях исполнения административных и политических решений.

Также, большинством экспертов было отмечено, что необходимо опасаться использования данных технологий со стороны злоумышленников, которые могут формировать мнение пользователей Интернет в несоответствующем русле разработанной политикой информирования граждан.

Важное внимание большинства экспертов было направлено на безопасность и контроль в использовании социальных сетей как площадки для информирования населения. Для этого необходимо вести постоянный мониторинг появления негативной информации, а также принимать дополнительные меры безопасности к официальным аккаунтам представителей органов власти.

Мнение другого эксперта, относительно использования современных технологий и социальных сетей сошлось на том, что занимать рабочее время представителя высшего должностного лица или депутата общаясь с избирателями через интернет не целесообразно. Для этого должен быть отдел, который будет заниматься информационной политикой в сети интернет, что уже присутствует в органах власти, по его мнению. Подменять живую работу и личные встречи с жителями социальными сетями нельзя. Также он предложил идею о создании интернет-сайта, посвященного гражданским инициативам. Не просто сайт с получением проблем, а именно с инициативами, на котором каждый житель может разместить свою идею по благоустройству города, смету, проект, фотографии, после чего на основе голосования, будут определяться проекты, которые будут финансироваться из городского/регионального бюджета для их реализации.

Мнения респондентов разделились относительно работы интернет-порталов, основанных на технологиях социальных сетей с целью привлечь общественность к конструктивной коммуникации населения с властью. Некоторые считают, что многие органы власти имеют сайт или сообщество в интернете с формами обратной связи. И оставлять там мнение логично: если человек столкнулся с необходимостью взаимодействия с Министерством экономики и получил неудовлетворительный ответ, ему следует написать в форму обратной связи на сайт или жалобу в Прокуратуру.

Однако было отмечено что попыткой создания такого сайта является барьерамнет.рф, который создан для устранения административных барьеров, возникающих у предпринимателей при работе с органами власти. При разработке такого портала существует возможность получить большое количество неконструктивной критики и агрессивное выражение эмоций относительно деятельности органов власти. Не смотря на это, многие эксперты предложили варианты с возможностью вносить предложения и писать о проблемах анонимно, а также организовать колл-центр для приема обращений граждан и публикации их на портале.

В случае появления такого портала, экспертами была отмечена необходимость в мониторинге сообщений и ответов, а также в составлении отчетов и отправке их в различные органы власти и СМИ для контроля со стороны общественности за исполнением или неисполнением своих обязанностей.

На основе проведенного исследования, можно сделать вывод о том, что в современных условиях, социальные сети и другие средства Интернет-коммуникации – актуальный и необходимый инструмент для эффективного взаимодействия власти и общества. Они незаменимы для организации массовых мероприятий, проведения благотворительных акций, вовлечения населения в работу. Также, стоит обратить внимание на информирование населения о деятельности органов власти, при этом ограничивая предоставляемую информацию и определяя «язык» подачи информации, поскольку если, будет опубликована статья о работе с доходной частью бюджета в социальных сетях – это будет выглядеть странно, в то время как инициатива администрации принести теплые вещи для беженцев, наверняка, получит отклик.

Социальные сети – это, прежде всего работа с людьми, а работать удобнее при помощи воздействия на эмоции и чувства, поэтому, при организации такой работы, необходим несколько иной подход, отличный от используемых в традиционных СМИ. Это касается, в первую очередь, способов подачи информации и стиля общения. Сегодня Интернет предоставляет широчайшие возможности использования различного контента, поэтому, использование, например, аудио и видеозаписей выступлений представителей органов власти, создание фотоотчётов о проведённых мероприятиях, креативные плакаты и лозунги хэштеги, и наконец, более непринуждённый стиль общения – всё это позволит привлечь к взаимодействию с органами власти намного большее число людей, повысить степень открытости такого взаимодействия и уровень доверия к органам власти.

Однако, возможность общения при помощи Интернет-технологий между органами власти и представителями общества настолько же подвержена влиянию негативных тенденций, насколько и эффективна. Органы власти в большинстве случаев, используют информационные порталы в качестве площадок для влияния на менине аудитории, однако такие мощные площадки с присутствием целевой аудитории – представителей общества, используются не в полной мере. Мы убеждаемся, что власти могут осуществлять открытое или же скрытое давление на средства массовой информации, предоставляют ту информацию которую необходимо публиковать и то, что публиковать не стоит.

В результате, не смотря на то хотя многие сообщения, исходящие от властных структур, несут свой полезный контекст, вместе с этим они отображают лишь позитивные моменты действия власти, её заслуги и достижения. В таких сообщениях информация о власти всегда подаётся в выгодном для неё свете. Общий процент достоверной и нужной населению информации о деятельности властных структур может перекрываться большим процентом искажённой информации. При этом большинство информационных порталов не дают возможности обсуждения и написания альтернативного мнения, что полностью предоставлено право в социальных сетях. Предоставив людям большей свободы действия и анализа, то есть комментирования при грамотно проработанной стратегии модерирования обсуждений, можно добиться большего уровня доверия населения органам власти, формируя в общественном мнении положительный образ власти, нацеленной на развитие общества и решение проблем граждан.

При существовании всех положительных и негативных моментов осуществления диалога власти и общества при помощи Интернет-сайтов, можно утверждать, что осуществление диалога гораздо выгоднее и полезнее как для общества, так и для власти, не смотря на наличие разного рода негативных моментов, которые можно минимизировать при правильной проработке модели организации этого диалога.

Подводя итог анализу процесса коммуникации органов власти с населением посредством социальных сетей, можно сделать вывод о том, что в Омской области этот процесс малоэффективен. Главным его недостатком является ограниченное использование социальных сетей и отсутствие диалогов и живых обсуждений, актуальных для населения вопросов и проблем. В этой связи, необходимо создать принципиально иную модель коммуникации власти и общества, которая бы позволила оперативно реагировать на обращения граждан, получать от них обратную связь, и предоставила бы им возможность высказывать своё мнение в отношении тех или иных действиё органов власти. Такая модель позволила бы более эффективно воздействовать на общественное мнение, оперативнее решать актуальные проблемы граждан, что, в свою очередь, помогло бы поднять авторитет власти в глазах населения и повысить уровень доверия к ней.

Литература:

1. Коробейников В. С. Пирамида мнений (Общественное мнение: природа и функции). М. Мысль, 2009.
2. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. М., 2010
3. Почепцов Г. Г. Паблик PR, или Как успешно управлять общественным мнением. М., 2007.
4. Самые популярные социальные сети в России 2015 [электронный ресурс]. URL:http://www.pro-smm.com/populyarnye-socialnye-seti-v-rossii-2015/ (дата обращения 29.08.2015)
5. Медведев предложил увольнять не владеющих компьютером чиновников [электронный ресурс]. URL: http://lenta.ru/news/2008/07/17/medvedev (дата обращения 05.04.2015)
6. Омеличкин О. В. Гражданское неповиновение и выборы // Вестник Кемеровского государственного университета. 2012. № 1. Том.4
7. Социальные сети в России: исследование Mail.Ru Group [электронный ресурс]. URL:http://corp.mail.ru/media/files/issledovanie-auditorij-sotcialnykh-setej.pdf (дата обращения 02.09.2015)
8. Исследование проведенное Инфометр. Представленность федеральных органов исполнительной власти в популярных социальных сетях [электронный ресурс]. URL:http://infometer.org/analitika (дата обращения 04.06.2015)
9. Инстаграм врио губернатора Омской области В. И. Назарова [электронный ресурс]. URL:https://instagram.com/viktor.nazarov (дата обращения 08.06.2015)
10. Видео канал правительства Омской области на портале youtube.ru [электронный ресурс]. URL:http://www.youtube.com/user/OmskportalRu (дата обращения 08.06.2015)
11. Официальный аккаунт в твиттере правительства Омской области [электронный ресурс]. URL:https://twitter.com/omskportalru (дата обращения 08.06.2015)
12. Официальный портал правительства Омской области [электронный ресурс]. URL:http://omskporal.ru (дата обращения 08.06.2015)
13. Официальный аккаунт в твиттере врио губернатора Омской области В. И. Назарова [электронный ресурс]. URL:https://twitter.com/WINazarov (дата обращения 08.06.2015)
14. Официальный аккаунт в твиттере министерства природных ресурсов и экологии Омской области [электронный ресурс]. URL:https://twitter.com/ItMpr (дата обращения 08.06.2015)
15. Официальный аккаунт в твиттере министерства образования Омской области [электронный ресурс]. URL:https://twitter.com/Minobr_omskobl (дата обращения 08.06.2015)
16. Официальный аккаунт на vk.com Министерства финансов Омской области [электронный ресурс]. URL:https://vk.com/club96260486 (дата обращения 08.06.2015)
17. Официальный аккаунт на vk.com главного управления лесного хозяйства Омской области [электронный ресурс]. URL: https://vk.com/club31720269 (дата обращения 08.06.2015)

18. Официальный аккаунт на vk.com главного управления ветеринарии Омской области [электронный ресурс]. URL: https://vk.com/guv_omsk (дата обращения 08.06.2015)
19. Петровский А. В. Психологический словарь / Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Т. Ярошенко. 2-е изд., доп., перераб. М., 2008
20. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996
21. Короткова Л. Н. Социология общественного мнения. М., 2000.

References:

1. Korobeinikov V. S. The pyramid of views (Public opinion: nature and function). M. Mysl, 2009.
2. Champagne P. Faire I'opinion. Le nouveau jeu politique. Moscow, 2010
3. Pocheptsov G. G. Public PR or How to successfully manage public opinion. M., 2007.
4. Most popular social network in Russia in 2015 [e-resource]. URL:http://www.pro-smm.com/populyarnye-socialnye-seti-v-rossii-2015/(date of reference 29.08.2015)
5. Medvedev introduced a proposal to fire the officials who do not have computer skills [e-resource] URL: http://lenta.ru/news/2008/07/17/medvedev (date of reference 05.04.2015)
6. Omelichkin O. V. Civil disobedience and elections // Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. 2012. № 1.Vol.4
7. Social networks in Russia: research by Mail.Ru Group [e-resource] URL:http://corp.mail.ru/media/files/issledovanie-auditorij-sotcialnykh-setej.pdf (date of reference 02.09.2015)
8. Research conducted by Infometr. Representation of the federal bodies of executive power in the popular social networks [e-resource]. URL:http://infometer.org/analitika (date of reference 04.06.2015)
9. Instagram of the Acting Governor of the Omsk region V. I. Nazarov [e-resource]. URL:https://instagram.com/viktor.nazarov (date of reference 08.06.2015)
10. Video channel of the government of the Omsk region on youtube.ru portal [e-resource]. URL:http://www.youtube.com/user/OmskportalRu (date of reference 08.06.2015)
11. The official Twitter account of the government of the Omsk region [e-resource]. URL:https://twitter.com/omsk-portalru (date of reference 08.06.2015)
12. The official portal of the government of the Omsk region [e-resource]]. URL:http://omskporal.ru (date of reference 08.06.2015)
13. The official Twitter account of the Acting Governor of the Omsk region V. I. Nazarov [e-resource]]. URL:https://twitter.com/WINazarov (date of reference 08.06.2015)
14. The official Twitter account of the Ministry of Natural Resources and Ecology of the Omsk region [e-resource]. URL:https://twitter.com/ItMpr (date of reference 08.06.2015)
15. The official Twitter account of the Ministry of Education of the Omsk region [e-resource]. URL:https://twitter.com/Minobr_omskobl (date of reference 08.06.2015)
16. The official vk.com account of the Ministry of Finance of the Omsk region [e-resource]. URL:https://vk.com/club96260486 (date of reference 08.06.2015)
17. The official vk.com account of the Main Administrative Department of Forestry of the Omsk region [[e-resource]]. URL: https://vk.com/club31720269 (date of reference 08.06.2015)
18. The official vk.com account of the Chief Veterinary Department of the Omsk region [[e-resource]. URL: https://vk.com/guv_omsk (date of reference 08.06.2015)
19. Petrovsky A. V. Psychological Dictionary /Gen. ed. A. V. Petrovsky, M. T. Yaroshenko. 2nd ed., rev. and add. M., 2008
20. Noelle-Neumann E. Public Opinion. The Spiral of Silence. M., 1996.
21. Korotkova L. N. Sociology of public opinion. M., 2000.