

Научная статья
УДК 32

EDN: HFJBED



Статья опубликована на условиях лицензии
Creative Commons Attribution 4.0
International License

КОММУНИКАЦИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПУБЛИЧНОЙ ВЛАСТИ И ГРАЖДАН В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК КВАЗИДЕМОКРАТИЧЕСКИЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Татьяна Владимировна ВЕРБИЦКАЯ

Государственный архив Свердловской области
Екатеринбург, Россия

aquitania-17@yandex.com, <https://orcid.org/0000-0002-0405-2735>

Аннотация. Актуальность работы заключается в попытке охарактеризовать роль социальных сетей в налаживании коммуникации между властью и обществом.

Цель исследования – представление целостной картины особенностей социальных сетей как средства коммуникации власти и общества. Установлено, что подобные каналы связи обладают признаками, характерными для института демократии, включая гласность, публичность, прямое волеизъявление, однако не в полном объеме, поскольку сохраняется свобода усмотрения представителя публичной власти в реагировании на поступающие обращения. Определено, что такие каналы могут быть значимым инструментом воздействия на общественное мнение.

Научная новизна работы заключается в характеристике коммуникации власти и общества посредством социальных сетей в качестве квазидемократического политического института. В ходе исследования проведен анализ специфики использования социальных сетей должностными лицами органов власти для налаживания коммуникации с обществом, case-study при изучении их страниц в социальных сетях в контексте выполняемых ими публичных функций. Сформулирован вывод о том, что действенным каналом коммуникации, характерным для института демократии, становится возможность отслеживания статуса обращения и процедуры его рассмотрения на сайте органа власти.

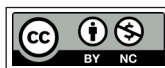
Ключевые слова: канал взаимодействия, институт демократии, обращение граждан, лояльность общества по отношению к власти, обратная связь, открытость власти.

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Вербицкая Т.В. Коммуникация представителей публичной власти и граждан в социальных сетях как квазидемократический политический институт // Вестник Поволжского института управления. 2025. Т. 25, № 3. С. 48–58. EDN: HFJBED

© Вербицкая Т.В., 2025

Original article



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution 4.0
International License

COMMUNICATION OF PUBLIC AUTHORITIES AND CITIZENS IN SOCIAL NETWORKS AS A QUASI-DEMOCRATIC POLITICAL INSTITUTE

Tatiana V. VERBITSKAIA

Ural State Archives

Ekaterinburg, Russia

aquitania-17@yandex.com, <https://orcid.org/0000-0002-0405-2735>

Abstract. The study is devoted to the problem of the functioning of channels of interaction between government officials and citizens through accounts on social networks as a political tool aimed at maintaining public confidence in the current authority. The relevance of the work is an attempt to characterize the role of social networks in establishing communication between power and society.

The purpose of the study is to present a holistic picture of the features of social networks as a means of communication between government and society. It has been established that such communication channels have features characteristic of the democratic institute, including publicity, and direct expression of will, but not in full, since the discretion of a representative of public authority remains in responding to incoming appeals. It is determined that such channels can be a powerful tool for influencing public opinion.

The scientific novelty of the work lies in the characterization of communication between government and society through social networks as a quasi-democratic political institution. The study analyzes the specifics of the use of social networks by government officials to establish communication with society, case-study in the research of their pages in social networks in the context of their public functions. The conclusion was formulated that the possibility of tracking the status of an appeal and the procedure of its consideration on the website of an authority becomes an effective communication channel characteristic of the institution of democracy.

Keywords: channel of interaction, institution of democracy, citizens' appeal, public loyalty to government, feedback, openness of government.

Conflicts of interest. The author declares no conflicts of interest.

For citation: Verbitskaia, T.V. Communication of Public Authorities and Citizens in Social Networks as a Quasi-Democratic Political Institute // The Bulletin of the Volga Region Institute of Administration. 2025. Vol. 25, № 3. P. 48–58. EDN: HFJBED

Введение. В настоящее время распространенной практикой становится ведение в социальных сетях страниц органов власти, их представителей в официальном статусе органа власти или должностного лица. Представители власти информируют граждан о состоявшихся или планируемых событиях и мероприятиях, выявляют позицию граждан по определенным вопросам с использованием инструментов общественного мнения. Достигает ли результатов при функционировании подобного канала связи цель по поддержанию лояльности общества по отношению к действующей власти, является ли подобный канал действенным?

Проблема роли социальных сетей в обеспечении взаимодействия власти и граждан является предметом постоянного научного интереса исследователей [1, с. 12; 2, с. 211; 3, с. 142; 4, с. 6]. Множество трудов, в том числе диссертационных исследований, посвящено изучению особенностей политической коммуникации власти и граждан посредством социальных сетей. Однако в силу того, что форматы политической коммуникации в сети «Интернет» существенно трансформируются как минимум каждые пять лет вследствие быстрого совершенствования информационных технологий, настоящее исследование базируется на научных изысканиях 2020–2025 гг., позволяющих изучить современное состояние заявленной проблемы.

Риски альтернативных форматов взаимодействия общества и власти в условиях трансформации и развития интернет-коммуникаций, включая модели прямой демократии, демократии соучастия, совместного действия и экспертной демократии, стали предметом исследования С.В. Володенкова [5, с. 131].

А.С. Быкадорова выделяет такой риск в коммуникации власти и общества посредством социальных сетей, как фейк-ньюс, то есть ошибочную информацию, которая сегодня является неотъемлемой частью информационных потоков и, безусловно, влияют на формирование представлений индивида о социальной реальности. Степень этого влияния может различаться по длительности проявлений последствий, их масштабу и формируемым искажениям реальности» [6, с. 156].

Пань Вэньшо полагает, что «медиапространство несет в себе целый ряд функций: информационную, коммуникационную, развлекательную, функции формирования общественного мнения, политико-мобилизационную, маркетинговую, рекламную, политико-имиджевую и манипулятивную функции и многие другие. Онлайн-площадки имеют очевидные преимущества в эффективности социальных сетей как политического инструмента благодаря интерактивности, скорости, независимости от административного ресурса, очевидной простоте, возможности создать наиболее выгодный имидж медийной личности, явному расширению

границ социологических исследований» [7, с. 157]. Однако следует отметить, что создается образ именно медийной личности, а не реального должностного лица, и в случае заметных для общества расхождений будет снижаться степень доверия и к медийной личности.

По мнению М.В. Плотникова, «сторителлинг действительно способствует улучшению имиджа политического деятеля в социальных сетях, превращая данный маркетинговый способ политического продвижения в эффективный инструмент репутационного менеджмента» [8, с. 64]. Вместе с тем сторителлинг способствует доверию у аудитории по отношению к произносящему речь политику, однако действенным этот инструмент становится лишь при представлении доказательств производимого, аргументов в подтверждение своей позиции. Кроме того, выступление по проблеме, вызывающей общественный резонанс, должно быть оптимально сбалансировано, выверено, чтобы не оттолкнуть сторонников. Естественно, данный инструмент результативен при эффективных спичрайтинге и риторских способностях оратора.

А.М. Евлоев и И.В. Гончарова выделяют следующие функции социальных сетей в политологии: 1) информационную; 2) образовательную; 3) управленческую (воздействие с целью решения определенных социально-политических задач); 4) социально-коммуникативную (создание форума обсуждений социально-политического вопроса с одновременным формированием канала социального участия и обратной связи); 5) политико-технологическую (демонстрация позитивного образа органов власти, политиков, партий) и т.д. [9, с. 92].

Однако комплексное исследование коммуникации власти и граждан в социальных сетях в качестве политического института до сих пор отсутствует. Именно поэтому целью данной публикации является определение степени эффективности социальных сетей в качестве средства налаживания коммуникации власти и общества, их функций.

Методология исследования. Проведение исследования базировалось на теории структурализма в политической науке К. Леви-Стросса, в рамках интерпретации коммуникации представителей власти и общества посредством такого канала, как социальные сети, в качестве политического института в структуре политических отношений, складывающихся в процессе выполнения органами власти и их должностными лицами своих функций.

Для характеристики основных особенностей коммуникации должностных лиц органов государственной власти и общества посредством социальных сетей, объективности при оценке значения социальных сетей как средства коммуникации власти и общества применялся принцип всесторонности.

Метод структурно-функционального анализа послужил подспорьем для характеристики тех возможностей, которые предоставляет применение социальных сетей в качестве канала коммуникации власти и общества; телеологический для определения роли социальных сетей в выстраивании взаимодействия власти и общества. Сравнительное исследование позволило охарактеризовать коммуникацию власти и общества посредством социальных сетей в качестве квазидемократического института.

Результаты исследования. В ходе исследования удалось выделить основные функции информационных каналов:

- осведомительную — представление посетителям страницы, официального сообщества в социальных сетях сведений о проводимых мероприятиях, событиях, планах; аналитические сообщения (изложение содержания определенной проблемы, путей ее решения, прогнозирование характера развития ситуации, вызывающей у населения вопросы);

- имиджевую — ресурсы канала используются для создания положительного образа государственного органа, его конкретных представителей, должностных лиц. Демонстрируются их успехи; предлагаются пути устранения острых проблем и информация об их решении; содержатся предложения об участии в благотворительных акциях, спортивных мероприятиях; приводятся сведения об оказании мер социальной поддержки. Популярным ресурсом является использование нескольких страниц пользователей с закрытым профилем, которые выражают определенное мнение о проблеме, поддерживая принятое властью решение, с целью присоединения к такому мнению и других пользователей;

- поддерживающую — канал позволяет принимать меры, направленные на укрепление доверия граждан, общества в целом по отношению к власти, включая опросы общественного мнения, публичные обсуждения;

- манипулирующую — воздействие на общественное мнение с целью сформировать, скорректировать, направить его в нужное русло, включая временное или полное замалчивание острой проблемы, переключение внимания на менее значимый вопрос, чтобы снизить остроту общественной реакции. Например, при обсуждении вопроса о введении туристического налога в социальных сетях муниципальные органы власти Екатеринбурга до конца 2024 г. не разъясняли свою позицию, а к началу 2025 г. появились новостные сообщения о развитии туристической инфраструктуры, в том числе транспорта, для укрепления внутреннего туризма (и успешного взимания налога в планируемом объеме);

- взаимодействие — социальные сети позволяют устанавливать связи, обмениваться сообщениями, однако обе стороны не имеют точного представления о том, с кем они общаются. Индивидуальные пользователи ведут социальные сети по своему усмотрению, выбирая любые

имена и сообщая о себе выдуманные сведения, а должностные лица органов власти, в свою очередь, могут привлекать для подготовки ответов помощников либо инструменты искусственного интеллекта.

Нередко представители власти стремятся сочетать ведение официальных сообществ органов власти и персональных страниц должностных лиц этих органов с тем, чтобы охватить максимально большую аудиторию и распределять информационные поводы между этими двумя ресурсами, чтобы, с одной стороны, они не выглядели навязчивыми, а с другой — воздействовали на общество посредством обоих этих ресурсов для формирования нужного общественного мнения по выбранным информационным поводам. Отметим, что только на территории Свердловской области более 4,5 тыс. государственных организаций зарегистрировали страницы в социальных сетях [10].

Для целей настоящего исследования в период 2020—2025 гг. удалось изучить пятьдесят личных страниц руководителей ведомств Правительства Свердловской области и столько же официальных сообществ органов государственной власти области. Так, действует официальная страница сообщества министерства международных и внешнеэкономических связей Свердловской области (https://vk.com/mmvs_so) и одновременно создана страница главы ведомства В.Ю. Ярина (https://vk.com/viacheslav_iarin?from=search) ВКонтакте. В сообществе в основном сосредоточена информация о произошедших или планируемых мероприятиях с участием дипломатических работников; на странице В.Ю. Ярина представлены сведения о его увлечениях, интересах, связанных с ним событиях, фото, мероприятия, на которых он побывал.

Страницы официальных сообществ и личные страницы представителей органов власти были изучены посредством анализа сплошного потока информации для ее классификации и определения того, какие типы политических технологий были применены для привлечения подписчиков и создания у них положительного образа органа власти и должностного лица. Полученные результаты представлены в виде таблицы.

Обобщая подходы исследователей к характеристике квазидемократических политических институтов [11, с. 4; 12, с. 59; 13, с. 92], сформулируем определение данного термина. Квазидемократический политический институт — это форма организации взаимодействия органов власти, их представителей и граждан, созданная и функционирующая для обеспечения лояльности общества по отношению к власти, характеризующаяся соблюдением большинства требований демократии; усеченное выполнение требований происходит за счет сохранения свободы усмотрения органов власти, их представителей и должностных лиц при решении социальных проблем, рассмотрении обращений граждан по существу.

**Особенности политической коммуникации органов власти
и должностных лиц с гражданами посредством социальных сетей**

Критерии соотношения	Страницы официальных сообществ органов государственной власти	Личные страницы должностных лиц
Преобладающие информационные поводы	Новостной (сообщить о принятых властных решениях, в первую очередь, благоприятных для граждан, заключенных соглашениях)	Имиджевый (представление своих достижений, интересов, хобби)
Сроки появления информационных поводов	Как минимум раз в неделю, в основном раз в 2–3 дня	Как минимум ежедневно
Преобладающие способы подачи информации	60% шортриды (краткие информационные сообщения), 40% лонгриды (информационные сообщения с подробным описанием фактов дела и аргументацией принятого решения)	Преобладают шортриды с фотоматериалами (своим фото на мероприятии), часты сторителлинг в форме видеозаписи с изложением определенного вопроса
Формы взаимодействия с подписчиками	Специальный раздел с опросами или на странице сообщества предложен вопрос с выборкой вариантов ответа; часто дают ответы на комментарии подписчиков	Преобладает просьба поделиться комментариями после изложения определенного вопроса; часто дают ответы на комментарии подписчиков, нередко и ответы в личных сообщениях
Стиль представления информации	Официально-деловой	Официально-деловой с применением современного сленга
Применяемые средства наглядности	К каждому информационному сообщению прикрепляются фотографии, соответствующие тематике представленной информации	Фотоматериалы (своим фото на мероприятии, занятии)
Способы привлечения новых подписчиков	Представление вниманию подписчиков электронных изданий	Обещание бонуса (небольшой приз, в том числе в виде билетов на определенное мероприятие)

Коммуникацию представителей власти с гражданами посредством социальных сетей можно охарактеризовать как политический институт, поскольку он применяется органами власти, их представителями, должностными лицами в официальном качестве в сфере публичной политики; направлен на налаживание взаимодействия власти и гражданского общества для сохранения его лояльности; коммуникация осуществляется посредством интернет-инструментов (страниц в соцсетях), обладающих политическими функциями, такими как воздействие на общественное мнение, опросы о доверии к власти как в целом, так и при решении конкретной проблемы, формирование доверительного отношения общества по отношению к действующей власти. Отметим, что правила, нормы и принципы коммуникации (в качестве правил игры акторов политического процесса) имеющийся канал и средства коммуникации акторов политического процесса можно охарактеризовать как политический институт, а осуществление коммуникации органов власти, должностных лиц и граждан посредством социальных сетей как политический процесс.

Данный институт можно определить как квазидемократический, поскольку для него характерно следующее:

- гласность — все те, кто взаимодействуют посредством соцсети, обладают свободой выражения мнения, если не нарушают законодательно установленные запреты (оскорбительные или дискриминационные высказывания);

- открытость — получение представленных в соцсети сведений в официальном сообществе, на странице представителя органов власти возможно посредством свободного доступа любым заинтересованным лицом;

- публичность — ориентированность на взаимодействие с обществом, получение представления о позиции граждан по определенной проблеме и воздействие на общественное мнение;

- усеченность — возможность добиться результата рассмотрения обращения по существу, поскольку сохраняется свобода волеизъявления органа власти, должностного лица в реагировании на обращение. Органы власти не обязаны соблюдать порядок рассмотрения обращений граждан в отличие от электронной и письменной форм их подачи [14], поскольку граждане могут обратиться под любым именем и в любом качестве. В ст. 10.6 Федерального закона от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [15] установлены запреты, которые не должны нарушать органы власти, должностные лица при размещении информации в социальных сетях, а также их обязанность отслеживать информацию,нося-

щую противоправный характер. Требования открытости, доступности при размещении информации в сети «Интернет», свобода ее поиска, обязанность органов власти и должностных лиц не нарушать права граждан отражены в Федеральном законе от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» [16]. Иных требований к органам власти, должностным лицам при размещении информации в социальных сетях не установлено;

— органы государственной власти руководствуются мотивацией, связанной с созданием их положительного имиджа в глазах подписчиков и правилами этики, а граждане соблюдают установленные законом запреты;

— отсутствие прозрачности в коммуникации, поскольку обе контактирующие стороны имеют возможность предоставить о себе любую информацию.

Применение так называемых SMM-технологий в социальных сетях между представителями власти и общества не приводит к укреплению их взаимного доверия посредством представления позитивной информации по ряду причин. Во-первых, основная задача органов власти, их должностных лиц — обеспечивать принятие и выполнение властных предписаний, правил, которыми должно руководствоваться общество для сохранения правового и социального порядка, при этом гражданами оцениваются, как правило, конкретные достигнутые результаты, а не «брендинг». Во-вторых, основными акторами, заинтересованными в том, чтобы создавать положительный образ в обществе о себе и своей деятельности, являются представительные органы власти, а их главная задача — принятие нормативных правовых актов, уровень которых должен обеспечивать действенное правовое регулирование, а затраты на «брендинг» затрудняют нахождение баланса между качественной подготовкой правовых актов и работой в социальных сетях. При этом можно считать действенным применение политтехнологий с разъяснениями о необходимости, своевременности и обоснованности принятия правового акта.

Заключение. Налаживание каналов коммуникации представителями публичной власти с гражданами с целью обеспечения лояльности общества по отношению к действующей власти предполагает использование функций, характерных для института демократии (открытость, гласность, доступность прямого обращения для широкой публики), но в усеченном формате. Сохраняется свобода усмотрения представителя публичной власти в реагировании на подобные обращения: возможен как формальный ответ о получении обращения и стандартного обещания принять соответствующие меры в пределах полномочий пред-

ставителя власти, так и рассмотрение обращения, реакция на него по существу или же отказ от ответа. Обжаловать ответ представителя власти для гражданина не представляется возможным.

Налаживание подобных каналов коммуникации направлено на то, чтобы продемонстрировать открытость представителя публичной власти для обращения граждан круглосуточно с помощью робота, однако выполнение мер по исполнению обращения гражданина по существу возможно только в течение рабочего времени. Именно поэтому более эффективным представляется функционирование каналов обратной связи на сайте органа власти, его должностного лица с возможностью создания гражданином личного кабинета и отслеживания статуса своего обращения, включая все этапы его прохождения, что и сформирует канал коммуникации, соответствующий институту демократии.

Список источников

1. *Азарова Л.В., Шарахина Л.В.* PR-образование в условиях постоянной трансформации: опыт осмысления, проблемы и перспективы // Российская школа связей с общественностью. 2024. № 34. С. 10–28. DOI: 10.24412/2949-2513-2023-34-10-28. EDN: GUEYNW.
2. *Бабаева А.А.* Органы государственной власти в социальных сетях: анализ аккаунтов Правительства Москвы // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. 2021. № 3. С. 198–215. DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2021.198215. EDN: MYPIZF.
3. *Леонова Ю.Ю.* Актуальные проблемы нормативно-правового и документационного обеспечения функционирования официальных сайтов властных структур // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. № 3-2 (117). С. 140–143. DOI: 10.23670/IRJ.2022.117.3.065. EDN: ZXNAER.
4. *Некрасова А.А., Некрасова К.А., Пилишвили Г.Д.* Интернет как инструмент обратной связи населения с органами публичной власти // Политика, экономика и инновации. 2022. № 6 (47). С. 4–7. EDN: PLTPFL.
5. *Володенков С.В.* Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления: навстречу цифровому обществу. М.: Проспект, 2023. 416 с. EDN: QYNYTH.
6. *Быкадорова А.С.* Факторы, влияющие на появление и распространение фейк-ньюс, и методы снижения их влияния (по материалам исследования 2022–2023 гг.) // Caucasian Science Bridge. 2023. Т. 6, № 3 (21). С. 92–104. DOI: 10.18522/2658-5820.2023.3.7. EDN: OESFXT.
7. *Пань Вэньшо.* Медиапространство в XXI веке: основные тенденции // Теории и проблемы политических исследований. 2022. Т. 11, № 4А. С. 154–161. DOI: 10.34670/AR.2022.89.90.018. EDN: HQJGYW.
8. *Плотникова М.В.* Речевое поведение политического деятеля в сети: эффективный и деструктивный профили // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. 2020. № 5 (102). С. 57–66. DOI: 10.22204/2587-8956-2020-102-05-57-66. EDN: RIURXS

9. Евлов А.М., Гончарова И.В. Влияние цифровых массмедиа на государственное управление // Управление. 2024. Т. 12, № 4. С. 88–95. DOI: 10.26425/2309-3633-2024-12-4-88-95. EDN: EXUVDF.

10. 4548 госорганизаций Свердловской области зарегистрировали страницы в соц-сетях. Информационное агентство «МК RU. Екатеринбург». 26.03.2025. URL: https://eburg.mk.ru/social/2025/03/26/4548-gosorganizaciy-sverdlovskoy-oblasti-zaregistrovali-stranicy-v-socsetyakh.html?utm_source=yxnews&utm_medium=mobile&utm_referrer=https%3A%2F%2Fdzen.ru%2Fnews%2Fstory%2F61f9307b-746b-54d5-a3ba-0e844cfe90fc

11. Вьюнов В.Н. Трудности развития демократии в постсоветских государствах // Автомобиль. Дорога. Инфраструктура. 2024. № 1 (39). С. 4–10. EDN: OMCULV

12. Домаков В.В. Практическое сходство реализуемой в Республике Беларусь демократии ее теоретико-правовому представлению, ориентированному на меняющуюся среду хозяйствования // Национальная безопасность и стратегическое планирование. 2013. № 2 (2). С. 58–65. EDN: RAUODF.

13. Маркина Е.В. Концепция электоральной демократии как объяснительная модель осуществления народовластия в современной России // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2018. № 12 (103). С. 91–94. EDN: YOVZVD.

14. О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации: Федер. закон от 2 мая 2006 г. № 59-ФЗ // СЗ РФ. 2006. № 19. Ст. 2060.

15. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федер. закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ // СЗ РФ. 2006. № 31 (ч. I). Ст. 3448.

16. Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления: Федер. закон от 9 февр. 2009 г. № 8-ФЗ // СЗ РФ. 2009. № 7. Ст. 776.

Сведения об авторе

ВЕРБИЦКАЯ Татьяна Владимировна,
кандидат политических наук,
научный сотрудник Государственного
архива Свердловской области
Екатеринбург, Россия
aquitania-17@yandex.com,
<https://orcid.org/0000-0002-0405-2735>

Статья поступила в редакцию
28.03.2025

Одобрена после рецензирования
23.04.2025

Принята к публикации
28.04.2025

The author

Tatiana V. VERBITSKAIA,
Candidate of Sciences (Politics),
Research Fellow
of Ural State Archives
Ekaterinburg, Russia
aquitania-17@yandex.com,
<https://orcid.org/0000-0002-0405-2735>

The article was submitted
28.03.2025

Approved after reviewing
23.04.2025

Accepted for publication
28.04.2025