

УДК 323.212

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ СВЯЗИ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ ОРГАНОВ ВЛАСТИ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ
УРОВНЕ**

Екатерина Анатольевна Мягкова

кандидат экономических наук, доцент

eam24@rambler.ru

Даниил Сергеевич Константинов

студент

constantin.daniilov@yandex.ru

Мичуринский государственный аграрный университет,

Мичуринск, Россия

Аннотация. В статье рассмотрены основные формы коммуникации органов местного самоуправления в условиях цифровизации общества. Отмечено, что социальные сети позволяют не только информировать население о проектах и событиях, но и получать обратную связь в максимально короткий период времени. Выявлены основные проблемы и эффективность данного процесса.

Ключевые слова: местное самоуправление, коммуникация, обратная связь, население, сеть.

«Одним из важных требований, предъявляемых к органам публичной власти, является необходимость создания ими сайтов в сети Интернет. При этом для обеспечения максимальной реализации принципа транспарентности органов власти, представляется, что в условиях современного общества возможностей сайтов недостаточно, следует задействовать и сторонние ресурсы, имеющие максимальную пользовательскую аудиторию (например, социальные сети и мессенджеры)» [1].

По данным исследований, социальные сети являются наиболее посещаемыми сайтами. Интересно, что порядка 45% опрошенных совершеннолетних россиян пользуются хотя бы одной из социальных сетей почти каждый день [2]. Свои страницы имеют и многие органы государственной власти, в том числе и исполнительной. Представляется, что ведение социальных страниц органами власти — не просто дань моде, а объективная необходимость, продиктованная требованием времени.

Муниципальные администрации, государственные учреждения, местные политики используют социальные сети, как инструмент воздействия на население, для диалога с жителями, донесения важной информации или получения обратной связи. Некоторые публикации являются средством повышения имиджа отдельных чиновников и регулярного оповещения о выполненных работах в городе и области. Таким образом, ведение пабликов госучреждениями говорит об открытости и доступности муниципальной власти для горожан. Своего рода – транспарентность.

В Мичуринске Управление пресс-службой администрации города активно развивает паблик в социальной сети ВКонтакте. На данный момент в сообществе около 14 тысяч подписчиков. Посты публикуются каждый час. Однако соотношение просмотров и числа подписчиков сильно разнится. Связано ли это с малой вовлеченностью жителей города в жизнь Мичуринска и происходящие события? Или наоборот, мичуринцы не используют данную платформу для высказывания своих мыслей, а делают это где-то «на стороне», а именно – в других пабликах? Ведь если рассуждать логически, то наличие

официальных сообществ значительно упрощает взаимодействие жителей с органами власти, но пользователи сети не всегда выбирают этот формат. Можно предположить, что взаимодействие по острым социальным вопросам с официальными пабликами не дадут необходимого резонанса в обществе. Связано это с особенностями доступа пользователей к размещению информации: самостоятельно опубликовать пост с волнующей темой в паблике не получится, информацию можно направить либо в личные сообщения паблика (где подписчики не увидят), либо в комментарии под каким-то постом. Но не всегда есть соответствующие темы в сообществе. Наряду с этим многие подписчики хотят остаться анонимными, говоря об остросоциальных темах, сделать это можно в других местных сообществах, которые не имеют никакого отношения к администрации, по крайней мере заявляют об этом.

Мичуринск можно считать небольшим городом, так как численность населения составляет менее ста тысяч человек. Вместе с этим в медиаповестке представлено значимое количество ресурсов, которые позволяют привлечь внимание общественности к социально значимым темам. Большая часть из них дублирует контент друг друга, помимо этого насыщая ленту рекламными постами. В каждом паблике предусмотрена возможность для подписчиков размещать посты на стене сообщества после модерации. Рассмотрим некоторые из них.

На сегодняшний день в Мичуринске есть ряд сообществ:

1. Подслушано в Мичуринске – 23000 подписчиков;
2. Подслушано | Мичуринск – 3000 подписчиков;
3. Подслушано Мичуринск – 18000 подписчиков;
4. МИЧ СИТИ – 18000 подписчиков;
5. ГАЙД МИЧ |городское медиа – 2300 подписчиков.

Первые четыре сообщества работают по одному принципу: публикуют анонимные предложенные новости подписчиков, которые не несут никакой смысловой нагрузки и информативности. Но зато эти паблики являются местом бесконечных дискуссий и выступлений борцов за правду и ложь. Здесь как раз

и можно узнать о реальных проблемах, которые беспокоят жителей города: ямах, отключенном свете, авариях, неубранном мусоре и т.д. Также часто можно встретить жалобы на бездействие администрации. Об этом не всегда осмеливаются высказаться в официальном сообществе. Почему же это так работает? Ответ прост: недовольные диванные критики – так часто их называют, привыкли «выступать» из тени, скрывая свое имя, но не скрывая свое недовольство по той или иной проблеме.

И в этом заключается еще одно отличие официального сообщества администрации города и городских пабликов. Контент-анализ показывает, что в официальных пабликах на порядок меньше реакций пользователей: лайков, репостов. Ниже и число просмотров постов. В первом случае отсутствуют комментарии, лайков тоже не так много. Публикации в официальных сообществах - это своего рода портфолио или отчет проделанной работе в городе и эффективности его управленцев. Однако подписчики отмечают, что в повестке административных пабликов редко всплывают проблемные вопросы, а если их задает аудитория, то, по мнению самих же подписчиков, они получают шаблонные ответы, которые с первого раза и не поймешь.

Для наглядности рассмотрим комментарий подписчицы сообщества администрации под одной из последних публикаций:

«А почему не пишете про изъяны??? Два или три года назад асфальтировали улицу Колокольная и Мельничная, а так же улицы перпендикулярные, которых 8 шт. Из этих 8 улочек заасфальтировали 7, а вот почему-то 8 пропустили. Я понимаю если бы эта улица была последняя, но эта улица от Лаврова 5 по счету, почти посередине. В этом же году я звонила и акцентировала внимание местной администрации на этот «косяк» на что мне было сказано, что эта проблема на повестке дня и то, что в следующем году ее устранят. По итогу прошло три года, а асфальта как не было так и нет. Две недели назад я подняла этот вопрос. На что мне было сказано, что необходимо составить бумагу и подписаться всем жителям этой улицы, бред

какой-то. Не хотела придавать огласки эту «маленькую» проблемку, но вопрос останется открытым.

Вопрос к администрации нашего прекрасного города, когда решиться этот вопрос???» (пунктуация и орфография сохранены – примечание автора).

На что она получает ответ от сообщества: «Ира, здравствуйте. Ответ по данному вопросу уже предоставлялся Вам ранее. Решение о включении ремонта конкретной автомобильной дороги, тротуара в план работ на очередной финансовый год принимается комиссионно-комиссией по планированию проведения работ по содержанию, ремонту и капитальному ремонту автомобильных дорог местного значения на территории муниципального образования «Город Мичуринск Тамбовской области-городской округ», а также учитывая сумму выделенного на данные цели.

Вопрос ремонта автомобильной дороги по ул. Мельничной будет рассмотрен в рамках выделенного бюджетного финансирования муниципальной программы "Развитие транспортной системы и дорожного хозяйства" в числе других автомобильных дорог города, нуждающихся в ремонте в 2024-2030 г.г.

В текущем году проведение работ на указанной улице не запланировано.»

Фактически на обращение жительницы ответили, однако, по мнению заявительницы, ответ не несет в себе практической ценности и не решил проблему в данный момент.

Посты в сторонних пабликах в силу большего охвата аудитории и размещения информации непосредственно на странице сообщества, а не в комментариях под постами, способны вызвать больший резонанс, что в свою очередь, вероятнее всего, повлечет активные действия со стороны органов власти. Исходя из этого можно сделать вывод, что та пятерка сообществ, которая упоминалась ранее является тем самым инструментом воздействия на власть и на принятие каких-либо решений.

Владельцы тех самых сообществ в вечной погоне за лайками, комментариями, просмотрами, репостам, одним словом – за хайпом. И они

лишь представляют площадку с накрученными подписчиками для обсуждения различного рода проблем, но никак не для их решения. Именно поэтому всякого рода «Подслушано» являются неким полем дискуссии. Есть просмотры и лайки – есть и рекламодатели, которые платят деньги за размещение информации о себе. И в этой истории хорошо всем: владельцу, который получает прибыль и критикам, которые высказывают свои мысли и негодования по самым разным поводам.

В этих сообществах изредка появляются посты администрации. Но это не всегда является доказательством сотрудничества заинтересованных сторон.

Что касается пятого сообщества из списка, который приводился выше. Это информационный паблик, который не похож ни на один. Это формат медиа больших городов, таких как «Щука», «Че? Куда?». В МИЧ ГИД городское медиа рассказывает о местах и событиях города, куда поехать на выходные, где заказать пиццу или роллы, в каком отеле переночевать туристу. Но и оно несильно интересно местной аудитории (об этом говорит количество подписчиков). Возможно, это сложный и непривычный контент для понимания, хотя видно, что не мало усилий прикладывается при ведении этого паблика: оформленные посты, видеоролики, правильно размещенная нативная реклама, которая не мозолит глаз и удачно вливается в концепцию общего дизайна. Но здесь нет так называемой жизни: здесь не рассказывают о ямах на дорогах, а это значит, что тем для обсуждения нет. И все это ведет к низкому трафику.

Получается, что официальное сообщество местного самоуправления и городские паблики 50 на 50 бесполезны. Одни являются отчетной новостной лентой, где жители не всегда решаются вступать в дискуссию с местной властью, а другие являются полем лишь для дискуссии, но не для решения проблем.

Список литературы:

1. Петрин И.В., Авдеев Д.А. Открытость информации в деятельности государственных органов // Государственная власть и местное самоуправление. 2019. N 1. С. 26.

2. Каждому возрасту – свои сети. Пресс-выпуск N 3577 от 12 февраля 2018 г. // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116691> (дата обращения: 20.04.2019).

UDC 323.212

SOCIAL NETWORKS AS A PUBLIC RELATIONS TOOL OF AUTHORITIES AT THE MUNICIPAL LEVEL

Ekaterina A. Myagkova

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

eam24@rambler.ru

Daniil S. Konstantinov

student

constantin.daniilov@yandex.ru

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

Annotation. The article considers the main forms of communication of local self-government bodies in the conditions of digitalization of society. It is noted that social networks allow not only to inform the population about projects and events, but also to receive feedback in the shortest possible period of time. The main problems and effectiveness of this process are identified.

Keywords: local government, communication, feedback, population, network.

Статья поступила в редакцию 11.09.2023; одобрена после рецензирования 19.10.2023; принята к публикации 27.10.2023.

The article was submitted 11.09.2023; approved after reviewing 19.10.2023; accepted for publication 27.10.2023.