

УДК 338.2

***ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ПРИ  
РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ***

***Новосадов С.А.,***

*кандидат экономических наук, доцент, профессор РАМ*

*Обнинский институт атомной энергетики - филиал*

*ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский*

*ядерный университет «МИФИ»*

*Россия, г. Обнинск*

***Маухин Д.А.,***

*магистр, по направлению Государственное и муниципальное управление*

*Обнинский институт атомной энергетики - филиал*

*ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский*

*ядерный университет «МИФИ»*

*Россия, г. Обнинск*

**Аннотация:**

В статье рассматривается роль социальных медиа в реализации государственной политики с акцентом на экономических показателях. Подробно анализируются экономические выгоды и риски применения социальных сетей государственными органами, а также приведены примеры успешного и неудачного использования социальных медиа разными странами. В заключении представлены рекомендации для оптимизации взаимодействия государства и социальных платформ в контексте экономических и социальных интересов.

**Ключевые слова:** социальные медиа, государственная политика, экономические показатели, PR-кампании, дезинформация, национальная безопасность.

***FEATURES OF THE USE OF SOCIAL MEDIA IN THE  
IMPLEMENTATION OF THE STATE POLICY***

***Novosadov S.A.,***

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of RAM*

*Obninsk Institute of Nuclear Energy - branch*

*FSAEI HE "National Research MEPhI Nuclear University*

*Russia, Obninsk*

***Mauhin D.A.,***

*Master, in the direction of State and Municipal Administration*

*Obninsk Institute of Nuclear Energy - branch*

*FSAEI HE "National Research MEPhI Nuclear University*

*Russia, Obninsk*

**Abstract:**

The article examines the role of social media in the implementation of state policy, emphasizing economic indicators. The economic benefits and risks of using social networks by government agencies are thoroughly analyzed. Successful and unsuccessful examples of using social media by different countries are presented. The conclusion offers recommendations for optimizing the interaction between the state and social platforms in the context of economic and social interests.

**Keywords:** social media, state policy, economic indicators, PR campaigns, disinformation, national security.

**Введение:**

В эпоху цифровизации нельзя недооценивать влияние социальных медиа на многие аспекты общественной жизни. Эти платформы, первоначально созданные для личного общения и обмена контентом, значительно расширили свое воздействие, затрагивая такие области как потребительское поведение, политика и глобальная экономика. Правительства всего мира осознают

потенциал этих платформ не только как инструменты публичной дипломатии и коммуникации, но и как ключевые элементы формирования и реализации государственной политики.

Взаимодействие между социальными медиа и государственным управлением привлекает значительное внимание, особенно в контексте экономических последствий. Несмотря на то, что социальные медиа могут служить экономически эффективными инструментами для публичных отношений и распространения политики, они также представляют собой определенные вызовы, особенно в условиях дезинформации и быстро меняющегося общественного мнения. Анализируя экономические аспекты этой связи, необходимо понять как потенциальные преимущества, так и подводные камни, с которыми могут столкнуться правительства, интегрируя стратегии социальных медиа в свои общие рамки политики.

Целью проведения исследования в рамках заявленной темы является изучение взаимосвязи, при использовании социальных медиа и государственной политики, в аспекте экономических отношений. Основными задачами определены: проведение анализа эффективности социальных медиа в области быстрого и эффективного способа мониторинга общественного мнения; оценка экономических выгод от использования социальных медиа государственными органами; выявление рисков и проблем применения социальных медиа в государственной политике различных стран; проанализировать примеры успешного и неудачного использования социальных медиа государствами.

### **Результаты:**

Социальные медиа предоставляют уникальную возможность для мгновенного получения обратной связи от граждан по вопросам государственных реформ и нововведений. В отличие от традиционных методов сбора данных, таких как опросы и интервью, социальные сети

позволяют получать данные в реальном времени, что делает их незаменимым инструментом для мониторинга общественного мнения.

При объявлении планов реформирования пенсионной системы, начиная с 2018 года, в социальных медиа активно обсуждались возможные последствия и мнения граждан. Анализ данных из социальных сетей показал, что большинство комментариев были негативными. Это позволило определенным политическим силам быстро реагировать и корректировать свои позиции в соответствии с общественным мнением[1].

Другой пример это введение налога на добавленную стоимость в Саудовской Аравии в 2018 году. После объявления о введении НДС, социальные медиа стали платформой для высказывания мнений и опасений граждан. Анализ хештегов и дискуссий в соцсетях позволил государственным органам лучше понимать проблемы и опасения граждан, что в свою очередь способствовало коррекции информационных кампаний.

Социальные медиа предоставляют быстрый и эффективный способ мониторинга общественного мнения. Реальные данные из социальных сетей могут служить ценным источником для адаптации и корректировки государственных решений в соответствии с потребностями и ожиданиями граждан. Однако важно понимать, что социальные медиа - это лишь один из инструментов, и для более глубокого понимания общественного мнения требуется комплексный подход, сочетающий различные методы исследования.

Социальные медиа становятся все более актуальным инструментом для государственных органов в контексте экономической эффективности. Активное использование социальных платформ позволяет добиваться экономии средств в ряде направлений.

Для эффективного привлечения социальных платформ, в России необходимо, так же привлечение соответствующих финансовых средств. На

рисунке 1 представлена динамика бюджетов на развитие социальных медиа в России [8].

Анализ показывает, что в период с 2019 по 2022 года темп прироста бюджетных средств развитие социальных медиа увеличился на 60%.

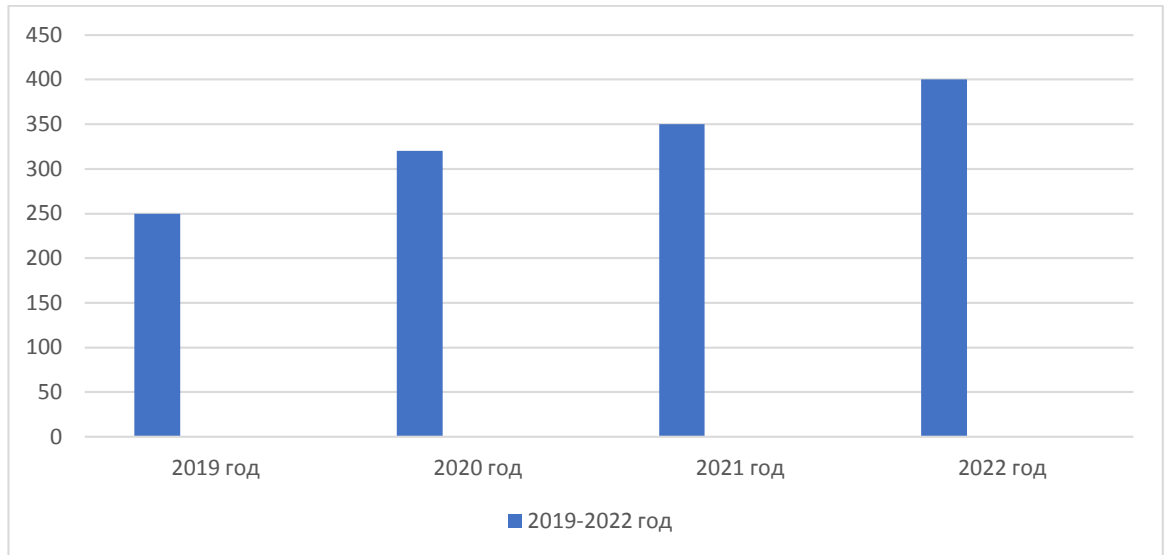


Рис. 1 Динамика бюджетов на развитие и работу социальных медиа в России за 2019-2022 гг [8].

Одним из ключевых экономических преимуществ является снижение затрат на PR-кампании. Ранее для распространения важной информации государственные органы вынуждены были оплачивать дорогостоящее размещение рекламы на телевидении, радио и в печатных изданиях[2].

Теперь, благодаря социальным медиа, многие из этих расходов могут быть минимизированы или даже полностью исключены, так как платформы предоставляют возможность бесплатного размещения контента.

Другим направлением экономии бюджетных средств является аналитика. Инструменты, встроенные в социальные сети, такие как статистика страницы в Facebook или аналитика в Twitter, предоставляют глубокие и детализированные данные о демографии, поведении и интересах аудитории. Эти данные ранее требовали отдельных исследований и опросов, которые были не только времязатратными, но и дорогостоящими.

Наконец, социальные медиа предоставляют возможность быстрой и бесплатной обратной связи. Вместо проведения дорогостоящих опросов или исследований фокус-групп, государственные органы могут получить отзывы и предложения напрямую от граждан на своих страницах в социальных сетях.

Резюмируя вышесказанное, можно отметить, что активное использование социальных медиа государственными органами позволяет добиваться существенной экономии бюджетных средств, делая процесс коммуникации более прозрачным, оперативным и демократичным (Табл.1).

Таблица 1. Экономические выгоды от использования социальных медиа государственными органами. Источник: собственная разработка на основе данных из [8].

<b>Фактор экономии</b>	<b>Затраты без соц. медиа (в млн. долл.)</b>	<b>Затраты с использованием соц. медиа (в млн. долл.)</b>	<b>Экономия (в млн. долл.)</b>
PR-кампании	50	30	20
Аналитика	25	10	15
Обратная связь	15	5	10

В таблице представлено сравнение экономических затрат государственных органов на различные действия с и без использования социальных медиа. Это позволяет наглядно демонстрировать экономическую выгоду от активного применения социальных платформ для достижения различных задач государственных органов.

Однако социальные медиа могут быть мощным инструментом для продвижения государственной политики и образа страны, но при неправильном использовании они также могут привести социальным рискам и к существенным экономическим потерям.

Примером может служить вышеприведенных случай реакции в социальных медиа на пенсионную реформу, где было предложено внесение изменений затрагивающих повышение пенсионного возраста. Это

предложение вызвало широкий резонанс в обществе и массовое обсуждение в социальных медиа.

В социальных сетях, таких как Twitter, Facebook и, особенно, VK, было создано множество сообществ и групп против пенсионной реформы. Также было много публичных фигур и блогеров, которые высказывали свое мнение и критику в отношении предложенных изменений.

Государственные СМИ и официальные представители власти столкнулись с необходимостью реагировать на эти дискуссии в режиме реального времени, пытаясь объяснить позицию государства и обосновать необходимость принятия таких мер. Это вызвало необходимость создания государственных аккаунтов, в социальных сетях. Динамика увеличения присутствия государства на данных платформах представлена на рисунке 2.

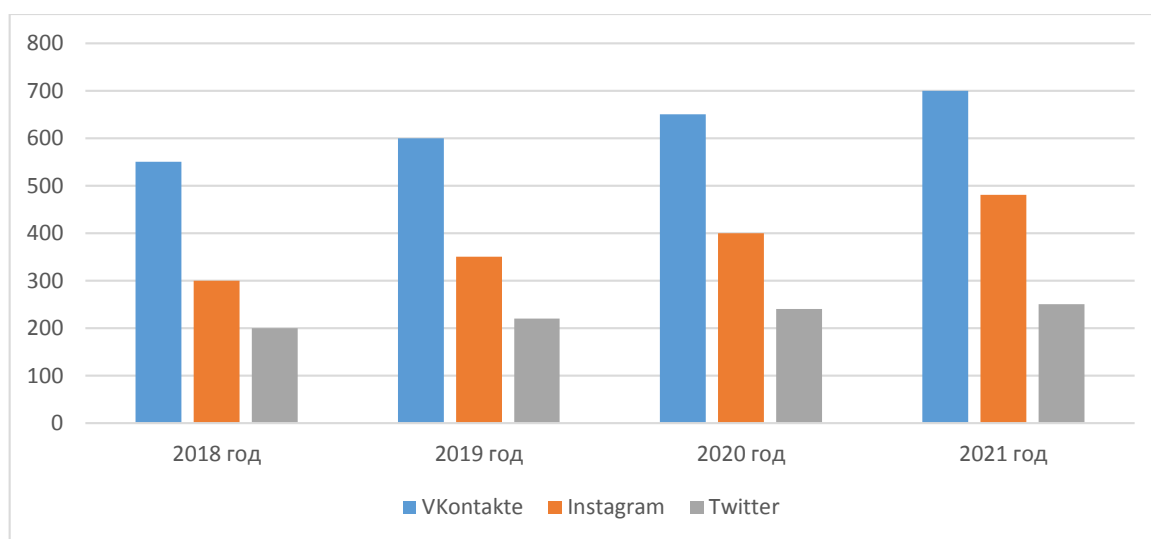


Рис. 2. Количество государственных аккаунтов в социальных сетях, за 2018-2021 гг. [8]

За 4 анализируемых года увеличение присутствия на социальных площадках произошло: VKontakte на 27,2%; Instagram, на 60%; Twitter на 20%.

Этот случай иллюстрирует риски, связанные с использованием социальных медиа в государственной политике. Неподготовленное или позднее реагирование на критику в социальных сетях может привести к росту

недовольства и социальной напряженности. Он также подчеркивает важность прозрачного и оперативного взаимодействия с гражданами в цифровую эпоху.

Один из примеров – ситуация в 2020 году с британским государственным органом Public Health England. После релиза ролика о здоровом питании, где были использованы изображения низкокалорийной еды, социальные сети взорвались от недовольства граждан, считающих рекламу "отвратительной" и "демонизирующей". Это привело не только к росту негодования среди населения, но и к финансовым потерям из-за необходимости отзыва ролика и замены рекламной кампании[3].

Эти случаи иллюстрируют, как важно для государственных органов осуществлять тщательное планирование и тестирование своих PR-кампаний в социальных медиа. Ошибки в этом направлении могут привести не только к потере доверия со стороны граждан, но и к существенным финансовым издержкам.

Дезинформация в социальных медиа представляет собой серьезную угрозу для стабильности государств. Это подтверждается рядом реальных случаев, когда распространение фейковых новостей и целенаправленной дезинформации приводило к экономическим и социальным потрясениям.

В 2016 году, например, был опубликован фейковый твит о якобы произошедшем взрыве на Белом доме, в результате чего был ранен тогдашний президент США Барак Обама. Хотя ложная информация была опровергнута в течение нескольких минут, рынки акций реагировали мгновенным падением [4]. Согласно данным, Dow Jones упал на 143 пункта в течение трех минут, что привело к потере в \$136 миллиардов стоимости акций.

Другой случай связан с распространением дезинформации о пандемии COVID-19. В 2020 году, всплески ложной информации о вирусе, его происхождении и методах лечения могли вызвать панику, недоверие к государственным органам и ненужные экономические потери. В Индии, например, были слухи о том, что употребление куриного мяса может вызвать



заражение коронавирусом. Это привело к резкому спаду спроса на курятину и убыткам для отрасли на миллиарды рупий.

Эти примеры подчеркивают, как важно для государств иметь эффективные механизмы контроля и реагирования на дезинформацию(фейки)в социальных медиа. Непроверенная или искаженная информация может мгновенно распространяться среди миллионов пользователей, вызывая не только социальные, но и экономические последствия.

Для многих государств социальные медиа стали не только площадкой для общения с гражданами, но и инструментом реализации стратегических интересов. Рассмотрим несколько примеров успешного использования социальных медиа государствами.

Многие федеральные и региональные чиновники активно используют социальные медиа для общения с гражданами. Одним из наиболее известных примеров является аккаунт Дмитрия Медведева в Instagram, где он регулярно публикует новости о своей деятельности и дает комментарии по актуальным событиям.

Платформа "Госуслуги": Этот портал создан для того, чтобы граждане могли получать различные услуги онлайн. В социальных медиа активно продвигаются новые функции портала, а также проводятся опросы и взаимодействие с гражданами. Портал активно использует свой аккаунт в Twitter для быстрой обратной связи и уведомления пользователей о нововведениях.

В Новой Зеландии Премьер-министр Джасинда Ардерн активно использовала Facebook для общения с гражданами во время пандемии COVID-19. Ее прямые трансляции, в которых она рассказывала о мерах, принимаемых правительством, и отвечала на вопросы граждан, собирали миллионы просмотров. Это не только помогло укрепить доверие населения к государству, но и сделало возможным быстрое и эффективное внедрение

карантинных мер [5]. В результате, Новая Зеландия стала одной из первых стран, успешно справившихся с первой волной пандемии.

Следующий пример Эстония. Она превратилась в одно из самых цифровизированных государств мира. Через активные PR-кампании в социальных медиа, Эстония продвигала свою программу "e-Residency", позволяя иностранным предпринимателям регистрировать компании в Эстонии дистанционно. Проект привлек более 70 000 иностранных предпринимателей, что стимулировало экономический рост и инвестиции в страну [6].

Эти примеры показывают, что стратегический и вдумчивый подход к использованию социальных медиа может служить в интересах государства, стимулируя экономический рост и укрепляя социальные связи с гражданами.

В истории использования социальных медиа государствами были моменты, когда ошибки в общении или дезинформация приводили к существенным экономическим и репутационным потерям.

Неосторожное или неэтичное использование социальных медиа может иметь далеко идущие последствия, как на репутацию государства, так и на его экономику.

### **Заключение:**

В современной действительности социальные медиа занимают ключевую роль не только в общении между людьми, но и в реализации государственной политики. Исследование показало, что активное и правильное использование социальных платформ государственными органами может принести существенную экономическую выгоду, уменьшив затраты на PR-кампании, аналитику и сбор обратной связи.

Однако важно помнить о рисках: ошибки в общении или распространение дезинформации могут привести к репутационным и экономическим потерям. Для минимизации этих рисков требуется стратегический подход,

профессиональное управление содержанием и мониторинг активности в социальных медиа.

Для углубленного понимания динамики и особенностей этого процесса рекомендуется регулярное изучение новых кейсов и практик из разных стран, а также проведение дополнительных исследований в области взаимодействия государственных органов и общественности в цифровую эру.

### **Библиографический список**

1. Горошко О.И., Жигалина Е.А. Политические коммуникации в блогосфере Рунета [электронный ресурс] URL: [http://www.russian-cyberspace.com/issue1/goroshko\\_and\\_zhigalina.html](http://www.russian-cyberspace.com/issue1/goroshko_and_zhigalina.html)
2. О влиянии блогосферы на российскую публичную политику [электронный ресурс] URL: <http://www.pr-info.ru/Blog-vblogpublpolitics31012008.htm>
3. Подосокорский Н. Перспективы использования социальных сетей для политического продвижения [электронный ресурс]. URL: <http://blog.greensmm.ru/?p=98>
4. Рейтинг активности глав субъектов РФ в блогосфере за октябрь 2014 [электронный ресурс]. URL: <http://www.monitornews.ru/ratings/rejting-aktivnosti-glav-subektov-rf-v-blogosfere-za-oktyabr-2014/>
5. Лаврушин Е. Сетевые властители дум. Через блоги формируется политическая повестка дня. [электронный ресурс]. URL: <http://www.novopol.ru/text36242.html>
6. Ефимова И.Н., Маковейчук А.В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности // Известия Алтайского государственного университета. Серия История. Политология. 2018. № 4/1 (76). С.245-248
7. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. - СПб: Издательство Михайлова В.А., 2018. 253с.

8. Федеральная служба государственной статистики. [электронный ресурс].  
URL: <https://rosstat.gov.ru>

*Оригинальность 80%*