

DOI 10.69540/2949-4079.2025.43.68.007      УДК 659 + 323/324 + 338  
*Е.И. Швейова, А.Д. Верстюк, Д.Г. Мещерина*  
*E.I. Shveyova, A.D. Verstyuk, D.G. Meshcherina*

**РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В ФОРМИРОВАНИИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ (ВКЛЮЧАЯ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

**THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN SHAPING PUBLIC  
POLICY (INCLUDING THE ECONOMIC ASPECT)**

*Аннотация:*

Социальные медиа играют важную роль в формировании государственной политики, оказывая влияние и на экономические аспекты управления. Они способствуют сетевизации публичной политики, а именно переходу от иерархических структур управления к более гибким и горизонтальным формам взаимодействия. В статье рассмотрены ключевые способы влияния социальных медиа на формирование государственной политики.

С точки зрения экономического анализа активное и правильное использование социальных платформ государственными органами может принести существенную экономическую выгоду, уменьшив затраты на PR-кампании, аналитику и обратную связь. Однако есть и риски: ошибки в общении или распространение дезинформации могут привести к репутационным и экономическим потерям. Для минимизации этих рисков требуется применение правильного стратегического подхода, профессионального управления и мониторинга активности в социальных медиа — инструментов государственной политики, способствующих повышению качества управления и укреплению связей между властью и обществом.

*Ключевые слова:* публичная политика, средства массовой информации, цифровизация, коммуникации, репутация, экономические потери.

*Abstract:*

Social media play an important role in shaping public policy, especially in the context of digitalization of social processes. They contribute to the networking of public policy, namely the transition from hierarchical governance structures to more flexible and horizontal forms of interaction. The article examines the key ways in which social media influences public policy formation.

From the point of view of economic analysis, active and correct use of social platforms by government agencies can bring significant economic benefits by reducing the costs of PR campaigns, analytics and feedback collection. However, there are also risks: communication errors or the spread of disinform-

mation can lead to reputational and economic losses. To minimize these risks, it is necessary to apply the right strategic approach, professional management and monitoring of social media activity — tools of public policy that contribute to improving the quality of governance and strengthening ties between government and society.

*Keywords:* public policy, mass media, digitalization, communications, reputation, economic losses.

Современное общество переживает фундаментальную трансформацию: традиционные формы взаимодействия и коммуникации уступают место цифровым. Развитие социальных медиа достигло впечатляющего уровня, чему во многом способствует растущая интернетизация населения. По данным ВЦИОМ, доля россиян, регулярно выходящих в сеть, составила больше 65 % в 2019 г., что более чем на 40 % превышает показатель 2010 г. Примечательно, что число активных пользователей социальных сетей практически совпадает с общим количеством интернет-пользователей.

Параллельно с трансформацией способов коммуникации происходит адаптация правовой базы, регулирующей эти изменения. Сегодня практически любая личная информация находится в открытом доступе, что порождает новые вопросы в сфере этики и права.

Социальные медиа становятся ключевым инструментом трансляции ценностных установок и социальных норм. Особенно заметными эти изменения становятся в политической и экономической сферах, где влияние социальных платформ становится все более значительным. Но несмотря на очевидную важность этого явления, оно остается недостаточно изученным специалистами, что делает особенно важным исследование роли социальных медиа в современных политических процессах России.

Актуальность данного исследования обусловлена уникальной возможностью взаимодействия между государством и обществом, а также мониторинга общественного мнения и получения быстрой обратной связи, что способствует повышению эффективности государственного управления. Важность подобных исследований заключается в необходимости анализа рисков и вызовов, связанных с использованием социальных платформ, включая проблемы дезинформации и управления репутацией. Область, выбранная для исследования, требует разработки эффективных стратегий интеграции социальных медиа в государственную, в том числе экономическую политику.

Поскольку социальные медиа-ресурсы являются мощнейшим механизмом информирования и влияния на формирование обществен-

ного мнения о деятельности государственных органов, в текущий период четко выявляется проблема корректного взаимодействия институтов государственной власти и граждан РФ.

До периода компьютеризации и возникновения различных социальных медиа-платформ основными средствами передачи населению сведений о различных политических, экономических, социальных, культурных и иных явлениях выступали печатные источники — газеты и журналы. Первое печатное газетное издание России «Ведомости» появилось по указу Петра I в 1702 г. Содержание газеты определялось государственной властью, что предотвращало попадание на ее страницы недостоверной информации о проводимых мероприятиях и лицах аппарата власти. Благодаря регулированию информационного пространства со стороны государственного управления формирование имиджа официальной власти не носило стихийный характер, что значительно влияло на положительное построение коммуникаций между властью и гражданами страны.

В период существования СССР периодика претерпела значительные изменения согласно государственной идеологии как в визуальном оформлении, так и в представляемом материале, однако государство по-прежнему контролировало сферу СМИ и сохраняло монополию на информацию. Все средства массовой информации в СССР подвергались цензуре, которая регулировалась государственными органами. Значение газет, журналов и прочих СМИ определялось их первостепенной ролью в поддержании политической идеологии, в освещении деятельности правящей Коммунистической партии и принимаемых ею государственных решений. Безусловно, координация и финансовая поддержка полиграфии со стороны государства оказали влияние на увеличение объема печатной продукции, что, в свою очередь, способствовало дальнейшей популяризации печатных СМИ за счет повышения доступности изданий для населения. Поэтому взаимоотношения государственной власти и общества долгое время имели положительную динамику, ввиду того что подконтрольные государству СМИ поддерживали статус советского управления. Однако ослабление цензуры в позднесоветский период в значительной степени повлияло на информационные потоки, в результате чего государственным органам СССР стало значительно сложнее поддерживать свой репутационный статус и коммуникацию с гражданами.

В 1970-е гг., во времена активного этапа компьютеризации и информатизации в мире, появились первые предшественники социальных медиа — «доски объявлений». Первоначально данные системы работали исключительно на персональных компьютерах (ПК), и пользователям необходимо было совершать подключение через модем, поскольку

«доски объявлений» поддерживали лишь одно соединение. Невзирая на ограничения в количестве подключения клиентов, у этого инструмента социальной коммуникации выявился серьезный недостаток в виде размещения ложной и вредоносной информации из-за слабого контроля информационного массива.

Благодаря эффективному развитию информационных технологий, в 1990-х гг. появилась первая электронная платформа «Six Degrees», имевшая характерные черты современных социальных сетей.

На современном этапе социальные медиа-ресурсы стали неотъемлемой частью жизни многих людей, оказывая влияние на видение гражданами социально-экономических, политических и культурных процессов. Это явление обусловило необходимость для органов публичной власти и отдельных лиц государства транслировать через социальные медиа достигнутые результаты исполнения государственных и муниципальных решений, в том числе в сфере экономики и финансов, проводить инициативы, направленные на создание личного бренда государственного служащего, формировать и освещать предвыборные кампании в личном блоге или профиле.

Тем не менее предпринимаемые меры часто не достигают запланированных результатов в сфере построения диалога между государством и населением. В сравнении с успешными историческими примерами главной отличительной особенностью нынешней ситуации является отсутствие комплексного контроля социальных медиа-платформ со стороны власти, поскольку большинство известных медиа-компаний принадлежит частному бизнесу. Из-за того что электронные площадки содержат огромные массивы данных, существует риск сомнительного информирования граждан о деятельности государственной власти, что, безусловно, способствует снижению доверия, а также оказывает негативное влияние на коммуникации государственных и муниципальных управленцев с гражданами.

В текущий период роль социальных медиа-продуктов в формировании политики государства обрела эксплицитный характер, в связи с чем у государственных деятелей возникла острая необходимость в профессиональном использовании инструментов, предлагаемых коммуникационными платформами, для эффективного взаимодействия с населением. Наиболее распространен такой тип интеракции, как организация и проведение предвыборной кампании на официальных платформах.

Благодаря стремительному прогрессу в сфере информационных систем стало возможным значительно повысить эффективность проведения выборов в государственные и муниципальные органы. Это достигается за счет использования специализированных платформ, обеспе-

чивающих техническую поддержку и автоматизацию избирательного процесса. Внедрение данных систем позволило увеличить вовлеченность избирателей в выборную деятельность (Табл. 1).

Табл.1. Среднее значение явки на региональных выборах с 2022 по 2024 гг. (%).

| Годы                                                                                | 2022 | 2023   | 2024   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------|--------|--------|
| Средняя общая явка на региональных выборах                                          | 35 % | 45,6 % | 47,1 % |
| Явка на дистанционном электронном голосовании (ДЭГ) в регионах, где оно применялось | 83 % | 88 %   | 90 %   |

Главное отличие государственных платформ для онлайн-голосования от других социальных медиа заключается в повышенной безопасности, гарантирующей конфиденциальность выбора избирателей и минимизирующей риск фальсификации данных о кандидатах. До 2019 г. онлайн-голосование использовалось только для проведения опросов, результаты которых не учитывались при подведении итогов выборов. При этом проводилось тестирование отдельных систем, направленных на автоматизацию и поддержку выборов в государственные структуры. Вот некоторые из них:

1. Государственная автоматизированная система «Выборы» (ГАС «Выборы») и Государственная автоматизированная система «Выборы» 2.0 (новая версия). Предыдущая версия платформы, работавшая с 2012 по 2020 г., обеспечивала сбор и обработку данных о кандидатах, мониторинг выборов в реальном времени и автоматический анализ результатов голосования, что позволяло оперативно информировать о ходе избирательного процесса. В новой версии, выпущенной в 2020 г., была значительно повышена степень безопасности и добавлен новый функционал для взаимодействия с избирателями, включая онлайн-опросы и возможность задавать вопросы кандидатам.

2. Портал «Госуслуги». С 2020 г. платформа служила каналом для предоставления избирателям сведений о кандидатах, их предвыборных программах и запланированных мероприятиях. Благодаря возможности регистрации для голосования через этот портал избирательный процесс стал проще и доступнее, что способствовало повышению активности избирателей.

3. Сайт [vybory.gov.ru](http://vybory.gov.ru). На данном сайте с 2019 г. можно было подать заявку на участие в выборах и найти всю необходимую информацию о них. Кандидаты использовали этот ресурс для регистрации, что значительно облегчало процедуру. Сайт также содержал актуальные сведения о датах, местах проведения и правилах голосования.

Внедрение онлайн-голосования на базе специализированных платформ открывает новые возможности для оптимизации избирательного процесса, в том числе в экономическом аспекте. Государство получает значительную экономию ресурсов и ускоренную обработку данных, а граждане — удобный и доступный способ участия в выборах, требующий лишь подключения к интернету. Хотя необходимо учитывать риски, связанные с кибербезопасностью и возможными техническими проблемами, потенциал онлайн-голосования для повышения вовлеченности избирателей и упрощения процедуры голосования делает его перспективным направлением развития.

Для достижения значительного уровня эффективного взаимодействия между государственными структурами и гражданами в условиях быстро развивающейся среды социальных медиа важно использовать комплексный и многоаспектный подход, который предполагает внедрение ряда взаимосвязанных мер. В первую очередь требуется усилить медийную прозрачность государственных и муниципальных деятелей. Для реализации данной цели потребуются внедрение целого спектра юридических, организационных и экономических мероприятий.

Необходимо также запустить механизм практической реализации конституционного права на свободный доступ к информации. Основой этого механизма должны стать законодательно установленные четкие правила, условия и порядок получения информации гражданами и общественными институтами от государственным и региональным властей, а также доступ к государственным и частным информационным ресурсам. Важно, чтобы в законодательстве, регулирующем деятельность государственных и местных органов власти, были прописаны обязанности и ответственность этих структур и их сотрудников в отношении информирования граждан и предоставления им информационных услуг, а также накопления, хранения и использования государственных данных в рамках их полномочий. Это станет основой для повышения доверия граждан к государственной и местной власти, а также для укрепления правопорядка в стране и значительного снижения коррупционных рисков в органах власти.

Кроме того, необходимо стимулировать активное взаимодействие между обществом и государственными структурами. Консультативные советы и комиссии, действующие при государственных органах, могут сыграть ключевую роль в укреплении таких отношений, сосре-

доточив внимание на основных направлениях деятельности данных органов. Главной задачей этих комиссий становится выявление актуальных для общества проблем, анализ мнения граждан о предложенных государственных решениях, а также поиск компромиссных и менее конфликтных путей в условиях противоречий. Практика показывает, что при неэффективной организации работы подобных структур существует риск их деградации и неспособности достигать поставленных целей. Эффективность взаимодействия между властями и обществом зависит от готовности государственных служащих предоставлять населению необходимую информацию и осознания ими значимости прозрачности их работы.

Важно подчеркнуть, что средства массовой информации и социальные медиа могут и должны стать эффективным инструментом для развития информационной среды. Для достижения этой цели необходимо:

Во-первых, поддерживать инициативы, направленные на повышение профессиональных навыков работников региональных СМИ и формирование новой профессиональной культуры, основанной на принципах свободы слова, демократии и прав человека.

Во-вторых, обеспечивать правовую поддержку региональных СМИ. Опыт последних лет показал, что многие конфликты в области медиаправа связаны с вопросами собственности, а низкий уровень правовой осведомленности журналистов делает СМИ уязвимыми.

В-третьих, поддерживать проекты и инициативы, способствующие вовлечению региональных СМИ в повышение информированности общества о деятельности некоммерческих и негосударственных организаций, а также их активному сотрудничеству с гражданским обществом для обеспечения свободы слова и права граждан на доступ к информации.

В-четвертых, стоит поддерживать комплексные проекты с участием СМИ, направленные на решение ряда задач, таких как:

- обеспечение объективного доступа к информации о правах и свободах граждан, о способах их защиты, включая защиту от неправомерных действий государственных органов и должностных лиц, а также защиту интересов общественных групп;

- доступ к официальным документам, нормативно-правовым актам и решениям органов исполнительной власти;

- обеспечение свободного обмена информацией между участниками демократического процесса о деятельности друг друга и т. д.

Следует подчеркнуть: гражданские организации, активные группы общества и критики средств массовой информации должны активно трудиться над тем, чтобы СМИ не оказывались под влиянием и контролем медиамагнатов, которые воспринимают журналистику

только как способ получения прибыли, пренебрегая ее социальной ответственностью и значимостью для общества, а также используя уязвимые стороны жизни населения в своих интересах.

Также нельзя не отметить значимость социальных медиа и СМИ в процессе формирования репутации органов публичной власти. Социальные сети выступают пространством для обсуждения насущных тем, предоставляя возможность активистам и простым людям воздействовать на политические, экономические, культурные и иные процессы и акцентировать внимание на значимых проблемах. Однако, с другой стороны, важно помнить и о рисках для государства, среди которых: распространение ложных сведений (в том числе фейков) в информационном пространстве, разделение общества посредством недобросовестного информирования, негативное влияние на общественное мнение и пр.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что стратегический и взвешенный подход к использованию социальных медиа может служить в интересах государства, укрепляя социальные связи с гражданами страны. С экономической точки зрения активное и правильное использование социальных медиа может принести ряд существенных экономических выгод для государства. Во-первых, это экономия бюджетных средств. Вместо проведения дорогостоящих опросов или исследований фокус-групп государственные органы могут получать отзывы и предложения напрямую от граждан на своих страницах в социальных сетях. Во-вторых, это стимулирование экономического роста. Социальные медиа позволяют получать обратную связь от граждан по вопросам государственных реформ и экономических нововведений. Во-вторых, это повышение прозрачности и открытости государственной власти. Развитие социальных медиа создает возможность прямого диалога между представителями гражданского общества и властными структурами. В-третьих, это снижение рисков коррупции, в том числе за счет получения мнений граждан по важнейшим общественным проблемам посредством электронных голосований, рейтингов и свободных комментариев на государственных электронных ресурсах.

#### *Список литературы*

1. Адамьянц Т.З. Социальные коммуникации. М.: «Дрофа», 2009. 397 с.
2. Азимова А.Т. Анализ успешных предвыборных кампаний в социальных сетях // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2023. № 10-4 (85). [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-uspeshnyh-predvybornyh-kampaniy-v-sotsialnyh-setyah> (дата обращения: 05.04.2025).



3. Выборы-2023. Главное: явка, нарушения, первые итоги // Коммерсантъ. [Электронный ресурс]: <https://www.kommersant.ru/doc/6209693> (дата обращения: 05.04.2025).

4. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретико-методологический анализ. Дисс. ... докт. полит. наук. М., 2005. 428 с.

5. Ефанова Е.В., Мельниченко Д.В. Социальные медиа как инструмент публичной политики в современной России // Известия Саратовского ун-та. Серия: Социология. Политология. 2018. № 1. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-media-kak-instrument-publichnoy-politiki-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 19.03.2025).

6. История и развитие социальных медиа. [Электронный ресурс]: <https://habr.com/ru/articles/72136/> (дата обращения: 19.03.2025).

7. Коновченко С.В., Кисилев А.Г. Информационная политика в России. М.: Изд-во РАГС, 2004.

8. Кошоева М.Д. Использование social media marketing в избирательных кампаниях // Архонт. 2024. № 4. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-social-media-marketing-v-izbiratelnyh-kampaniyah-1> (дата обращения: 05.04.2025).

9. Марков Е.А. Власть и СМИ в России: история взаимодействия // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2010. № 123. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/vlast-i-smi-v-rossii-istoriya-vzaimodeystviya> (дата обращения: 20.03.2025).

10. Первый день тишины // Коммерсантъ. [Электронный ресурс]: <https://www.kommersant.ru/doc/5557550> (дата обращения: 05.04.2025).

11. Результаты ЕДГ-2024. Главные цифры // Коммерсантъ. [Электронный ресурс]: <https://www.kommersant.ru/doc/7079327> (дата обращения: 05.04.2025).

12. Сергеева Е.В., Муравьева М.В. Социальные медиа в пространстве публичной политики. // Молодой ученый. 2020. № 21 (311). С. 447—450. [Электронный ресурс]: <https://moluch.ru/archive/311/70389/> (дата обращения: 19.03.2025).

13. Тимофеева А.С. Развитие социальных медиа // E-Scio. 2019. № 7 (34). [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sotsialnyh-media> (дата обращения: 19.03.2025).

#### *Сведения об авторах*

Швеёва Екатерина Ивановна, кандидат экономических наук, доцент Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского. E-mail: [e.shveeva@mgutm.ru](mailto:e.shveeva@mgutm.ru)

*Верстюк Анастасия Дмитриевна*, студент факультета экономики и управления Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского.

*Мещерина Дарина Германовна*, студент факультета экономики и управления Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского.

*Information about the authors*

*Shveyova Ekaterina Ivanovna*, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, K.G. Razumovsky Moscow State University of Technologies and Management. E-mail: [e.shveeva@mgutm.ru](mailto:e.shveeva@mgutm.ru)

*Verstyuk Anastasia Dmitriyevna*, Student of the Faculty of Economics and Management, K.G. Razumovsky Moscow State University of Technologies and Management.

*Meshcherina Darina Germanovna*, Student of the Faculty of Economics and Management, K.G. Razumovsky Moscow State University of Technologies and Management.