

Шевцова И.В., Днепровская Н.В.

Социальные медиа в коммуникации между гражданами и органами государственного управления

Шевцова Инесса Витальевна — кандидат экономических наук, старший преподаватель, факультет государственного управления, МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, РФ.
E-mail: Shevtsova@spa.msu.ru
SPIN-код РИНЦ: [9519-3181](#)

Днепровская Наталья Витальевна — кандидат экономических наук, доцент, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Москва, РФ.
E-mail: ndneprovskaja@yandex.ru
SPIN-код РИНЦ: [5620-7781](#)

Аннотация

Информационные технологии (ИТ), оказавшие значительное влияние на современный социально-экономический уровень, продолжают интенсивно развиваться, создают новые возможности для повышения качества государственного управления. Современные ИТ, как удобные и привычные гражданам в повседневной и профессиональной деятельности технологии, должны быть задействованы при взаимодействии с органами государственного управления. Несмотря на значительный прогресс РФ в развитии информационного общества и электронного правительства, потенциал социальных медиа не в полной мере задействован в госуправлении.

Ключевые слова

Электронное правительство, информационное общество, социальные медиа.

Информационные технологии (ИТ) в контексте Окинавской хартии глобального информационного общества должны обеспечить достижение устойчивого экономического роста, повышение общественного благосостояния, стимулирование социального согласия. Беспрецедентное развитие ИТ в XX веке дало экономике и государственному управлению новые инструментальные средства, такие как корпоративные информационные системы и телекоммуникационные сети, позволившие достичь значительного повышения производительности труда, создания добавленной стоимости за счет нематериальных ресурсов, повышения качества управления. Появились новые виды профессиональных коммуникаций с использованием ИТ и интернета — их принято объединять в понятие электронного бизнеса, составной частью которого является электронное правительство.

В настоящее время мы наблюдаем новый этап в развитии ИТ, широкое распространение получили сервисы веб 2.0. ИТ перестают быть обособленными средствами индивидуальной информационной деятельности, а становятся коллективными инструментами командной работы. Современные ИТ характеризуются высокой адаптивностью к пользователю (смарт-технологии), возрастающим сетевым взаимодействием с другими ИТ и интернет-сервисами, мобильностью (планшеты,

смартфоны), разнообразием операционных систем, платформ и приложений. Благодаря ИТ нового поколения создаются новые возможности для государственного управления по взаимодействию с гражданами и организациями¹. Коммуникация между гражданами и органами государственного управления превращается из дискретной в непрерывную; таким образом, граждане могут своевременно реагировать на административные инициативы и давать моментальную обратную связь на события, происходящие в жизни района, города, страны².

С использованием новых ИТ и сервисов веб 2.0 создается множество виртуальных социальных сетей и профессиональных сообществ³. Сетевые структуры позволяют поддерживать и творчески использовать неформальные человеческие отношения в решении производственных или административных задач⁴. ИТ обеспечивают практически неограниченные возможности ведения предпринимательской, научно-исследовательской, творческой и иной деятельности в интернете⁵, а также они позволяют гражданам участвовать в формировании политики развития общества, экономики, образования⁶.

За последние годы в современной экономике, пронизанной ИТ, появились новые виды экономической деятельности и экономических отношений, что послужило поводом говорить о становлении экономики нового типа⁷. Ведутся споры, относительно сформировавшейся экономической парадигмы, а также по вопросу того, насколько «новая» экономика отличается от «старой». Исследованием этих вопросов занимаются ученые различных областей науки⁸. Помимо экономического эффекта информационная индустрия оказывает определенное влияние на государственное управление. Достигнутый уровень развития сетевых технологий позволил создать

¹ Виноградова Е.А. К вопросу о работе с «новыми медиа» в стратегической коммуникации // Государственное управление. Электронный вестник. 2013. № 41. С. 218–228. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/41_2013vinogradova.htm (17.07.2015).

² Campbell T. Beyond Smart Cities: How Cities Network, Learn and Innovate. Abingdon: Earthscan, 2012.

³ Tapscott D., Williams A.D. Macrowikinomics: New Solutions for a Connected Planet. New York: Penguin, 2012. P. 428.

⁴ Чистяков С.В. Потенциал сетевого способа координации // Государственное управление. Электронный вестник. 2012. № 31. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/31_2012chistyakov.htm (17.07.2015).

⁵ Salins P.D. The Smart Society: Strengthening America's Greatest Resources, Its People. New York: Encounter Books, 2014. P. 320.

⁶ Балугев Д.Г. Политическая роль социальных медиа как поле научного исследования // Образовательные технологии и общество. 2013. № 2 (16). С. 604–616. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-rol-sotsialnyh-media-kak-pole-nauchnogo-issledovaniya> (10.04.2015).

⁷ Селетков С.Н., Днепровская Н.В. Управление информацией и знаниями в компании: учебник. М.: Инфра-М, 2011.

⁸ Уэбстер Ф. Теории информационного общества / пер. с англ. М.В. Арапова, Н.В. Малыхиной; под. ред. Е.Л. Варгановой. М.: Аспект Пресс, 2004.

новую уникальную информационную среду, в которой специалисты, разделенные большими расстояниями, могут состоять в одной группе для решения социальных задач и оперативно обмениваться идеями и результатами своей работы⁹.

Переход к электронному правительству представляется последовательным шагом в условиях стремительной информатизации общества. Развитие электронного правительства является одним из перспективных направлений развития государственного управления¹⁰. К настоящему времени приняты и реализуются на государственном уровне следующие программы:

– Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 313 (ред. от 17.06.2015) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации “Информационное общество (2011–2020 годы)”»¹¹;

– Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации (утв. Президентом РФ 07.02.2008 № Пр-212)¹²;

– Распоряжение Правительства РФ от 01.11.2013 № 2036-р «Об утверждении Стратегии развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014–2020 годы и на перспективу до 2025 года»¹³.

На мероприятия по развитию информационного общества и электронного правительства до 2020 года из федерального бюджета планируется выделять ежегодно около 120 млрд руб. Общая сумма затрат на реализацию указанных государственных программ в целом оценивается в 1,2 трлн руб.

Преимущества от внедрения электронного правительства всесторонние, затрагивают разные сферы государственного управления. Это:

– оптимизация временных и трудовых затрат от перевода госуслуг в электронный вид;

⁹ Днепрова Н.В., Шевцова И.В. Анализ информационной инфраструктуры инновационной экономики // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2011. № 6 (2). С. 40–44.

¹⁰ Погодина Е.А., Афанасьев В.П., Афанасьева Е.В. Универсальная электронная карта // Государственное управление. Электронный вестник. 2013. № 37. С. 68–76. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/37_2013pogodina_afanasyev_afanasyeva.htm (17.07.2015).

¹¹ Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 313 (ред. от 17.06.2015) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации “Информационное общество (2011–2020 годы)”» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162184/ (17.07.2015).

¹² Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации (утв. Президентом РФ 07.02.2008 № Пр-212) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_92004/ (17.07.2015).

¹³ Распоряжение Правительства РФ от 01.11.2013 № 2036-р «Об утверждении Стратегии развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014–2020 годы и на перспективу до 2025 года» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_154161/ (17.07.2015).

- улучшение качества и доступности государственных услуг путем внедрения ИТ;
- повышение прозрачности механизмов государственного управления, расширение доступа к государственным информационным ресурсам;
- электронное правительство способствует повышению уровня демократии¹⁴.

Применение ИТ предоставляет гражданам возможность не только пассивного наблюдения и потребления государственных услуг, но и активного участия в обсуждении и формировании государственной политики.

Развитие электронного правительства идет по пути трансформации пассивной роли граждан в активную. На начальном этапе граждане являются пассивными потребителями информации или услуг электронного правительства, не имея возможности их комментировать или давать обратную связь в рамках электронного правительства. Предоставление гражданам активной роли в электронном правительстве дает возможность влиять на формирование и определение государственной политики путем участия в обсуждениях, электронных голосованиях, обратной связи. В государственном управлении важно не только информировать граждан о своих решениях и услугах, но также и вовлекать граждан в активное обсуждение государственных и частных инициатив.

Эффективность электронного правительства обеспечивается развитием ИТ-инфраструктуры. Интернет-аудитория в России в 2014 году составила более 65% ее населения, при этом пользователями мобильного интернета являются 40%. Уровень использования и доступности интернета по регионам России отличается значительно. Проникновение интернета зависит от многих факторов:

- типа населенного пункта: в крупных городах уровень выше, наименьший уровень в сельской местности;
- стоимости доступа к интернету: в регионах с высокой стоимостью уровень ниже;
- возрастного фактора: люди моложе 35 лет являются более активными пользователями интернета, чем их старшие соотечественники.

Указанные отличия также влияют на степень вовлеченности граждан в электронное правительство¹⁵.

¹⁴ Някина Е.С., Погодина Е.А. Перспективы электронного правительства // Государственное управление. Электронный вестник. 2012. № 31. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/31_2012nyakina_pogodina.htm (17.07.2015).

¹⁵ Казаков М.Ю., Кутырев В.А. Интернет как сетевая публичная сфера // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 3. URL: <http://www.science-education.ru/pdf/2013/3/222.pdf> (17.07.2015).

Об уровне вовлеченности граждан в электронное правительство можно судить по количеству человек, зарегистрированных в единой системе идентификации и аутентификации (ЕСИА), которая используется при взаимодействии с государственными информационными системами, например, порталом *gosuslugi.ru*. По данным Минкомсвязи России на конец 2014 года, в ЕСИА было зарегистрировано 14,2 млн человек, что составляет 13% от интернет-аудитории в России. Причиной низкого показателя вовлеченности не может быть состояние ИТ-инфраструктуры, которое находится на высоком уровне. Также учитывая высокое положение России (27-е место) в рейтинге стран по индексу развития электронного правительства, по оценке ООН в 2014 году, сами инструменты электронного правительства хорошо развиты. Проблема низкой вовлеченности граждан лежит в плоскости популяризации электронного правительства в обществе, в увеличении каналов доступности электронного правительства, а также в кастомизации инструментов электронного правительства¹⁶.

Повышение вовлеченности граждан повысит эффективность бюджетных расходов на электронное правительство в целом. Увеличению вовлеченности могут способствовать меры, которые хорошо себя зарекомендовали в сфере бизнеса и образования, такие как использование социальных медиа, разработка и внедрение мобильных приложений¹⁷.

Канал коммуникации социальных медиа является одним из самых быстрорастущих: прирост аудитории ежегодно оценивается в десятки процентов. С каждым годом увеличивается как аудитория социальных сетей, так и время, которое пользователи тратят на эти ресурсы. В 2012 году аудитория социальных сетей охватывала половину всех пользователей интернета; ожидается, что в 2015 году она достигнет 75%¹⁸. Бизнес-сообщество уже оценило этот эффективный способ взаимодействия с клиентами и партнерами. Социальные медиа являются одним из самых эффективных каналов коммуникации по соотношению затрат к охвату аудитории и скорости обратной связи. Использование социальных медиа не требует

¹⁶ Рыков Ю.Г. Виртуальное сообщество как социальное поле: неравенство и коммуникативный капитал // Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. № 4. С. 44–60.

URL: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2013_4/Rykov_2013_4.pdf (17.07.2015).

¹⁷ Etlinger S., Li C. A Framework for Social Analytics. Including Six Use Cases for Social Media Measurement / Altimeter Group. August 10, 2011. URL: <https://frankdiana.files.wordpress.com/2011/08/a-framework-for-social-analytics.pdf> (04.04.2015).

¹⁸ United Nations E-Government Survey 2014: E-Government for the Future We Want / United Nations Department of Economic and Social Affairs. New York: United Nations, 2014. URL: http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov_Complete_Survey-2014.pdf (04.04.2015).

высоких расходов на внедрение и разработку. Затраты включают лишь издержки по созданию и поддержке аккаунта. Платформа социальных медиа предоставляется негосударственными коммерческими компаниями.

Факторы, обуславливающие участие органов государственного управления в социальных сетях:

– Социальные сети — популярный канал обратной связи, позволяющий производить мониторинг реакции пользователей на то или иное действие органа власти.

– Социальные сети облегчают сбор предложений и определение инициатив, которые в наибольшей степени поддерживаются обществом.

– Развитие публичности и увеличение информационной открытости деятельности государственного органа власти ведет к повышению уровня доверия к деятельности властных структур.

– Благодаря возможности тиражирования и распространения сообщений в большинстве социальных сетей, самая востребованная информация распространяется в геометрической прогрессии¹⁹.

В настоящее время российскими органами власти канал социальных медиа серьезно недооценен (см. Таблицу 1). Лишь небольшое количество федеральных органов исполнительной власти имеют аккаунты в социальных медиа, по большей части в них дублируется информация с сайтов соответствующих органов. Однако работа в социальных медиа требует учитывать их специфику.

Таблица 1. Активность федеральных органов исполнительной власти в социальных сетях²⁰

Социальная сеть	Количество аккаунтов	Количество подписчиков (аудитория)	Количество постов
Одноклассники	2	32 835	4 203
<i>Instagram</i>	7	110 023	3 643
<i>Twitter</i>	33	1 336 200	111 113
Фейсбук	27	259 735	Н/Д
Вконтакте	15	303 781	18 830

Разработка и внедрение мобильных приложений активно используются в различных сферах, при этом приложения востребованы и со стороны потребителей. Темпы прироста мобильной интернет-аудитории в России только в 2013 году составили 34%. Внедрение мобильных приложений повышает частоту использования сервисов электронного правительства. Удобство мобильных приложений составляет их

¹⁹ Представленность федеральных органов исполнительной власти в популярных социальных сетях // Инфометр [Сайт]. 23.12.2014. URL: http://infometer.org/analitika/foiv_ss (04.04.2015).

²⁰ Представленность федеральных органов исполнительной власти в популярных социальных сетях.

доступность, поскольку они всегда под рукой. Мобильные приложения позволяют давать моментальную обратную связь на повседневные и бытовые ситуации, например, в оценке работы городского транспорта. Доступность мобильных приложений электронного правительства стимулирует граждан к активному участию в жизни муниципалитетов.

Новые социальные медиа позволяют инициативным гражданам реализовать свой инновационный потенциал. ИТ предоставляют широкие возможности по включению граждан в инновационную деятельность органов государственного управления и предприятий. Исследование, проведенное Европейской комиссией, показало, что большая часть инновационных предприятий связывает результат создания нового продукта с использованием ИТ²¹. ИТ способствуют развитию инноваций, ускорению процессов и изменений в обществе и экономике. Инновации направлены на повышение производительности труда, сокращение издержек, повышение качества продукта и, в конечном итоге, на повышение уровня жизни населения. Изменения, на которые раньше требовались десятилетия, сейчас происходят за 1–2 года. Однако это значительно меняет деловую среду. Около 40% европейских предприятий отметили, что конкуренция на их рынке возросла в результате развития информационной индустрии²². Увеличение темпов внедрения изменений в деятельность предприятий навязывает компаниям гонку за инновациями, тем самым подталкивая к принятию быстрых, недостаточно взвешенных решений. Неадекватная оценка риска внедрения инноваций повышает риск как для самой компании, принявшей неверное решение, так и для ее партнеров, поставщиков²³. С одной стороны, ИТ предоставляют организациям ресурс для развития, а с другой — требуют от менеджмента более трезвой и точной оценки вносимых изменений, тщательного расчета перспектив инновационного развития.

С беспрецедентным развитием телекоммуникационных технологий в деловые коммуникации стало вовлекаться возрастающее количество пользователей. Деловая сеть значительно расширилась. Если прежде мы могли говорить о том, что основная коммуникация, происходящая в деловой среде, это предприниматель — предприниматель, в образовательной среде преподаватель — студент, или научной

²¹ ICT and e-Business for an Innovative and Sustainable Economy. 7th Synthesis Report of the Sectoral e-Business Watch / European Commission. 2010. URL: <http://www.ebusiness-watch.org/> (04.04.2015).

²² Ibid.

²³ Кёхлер Г. Новые социальные медиа: шанс или препятствие для диалога? // Политические исследования. 2013. № 4. С. 75–87.

среде исследователь — исследователь, то сейчас круг людей, вовлеченных в профессиональные коммуникации, практически неограничен. Подобный эффект был достигнут во многом благодаря распространению технологий веб 2.0, которые превращают потребителя интернет-услуги в ее производителя. С появлением веб 2.0 вектор деловых коммуникаций перестал быть односторонним, появилась возможность моментальной и эффективной обратной связи как между производителем и потребителем, так и между производителями (профессиональным сообществом), и между потребителями (социальными сетями и сообществом потребителей).

Ключевым ресурсом в развитии сервисов на основе веб 2.0 являются интернет-пользователи, социальные медиа, сообщества, вики и виртуальные лаборатории. Однако необходимо отметить не только стремительное развитие технологий, но и стремительное развитие и трансформацию самих деловых коммуникаций. Например, коммерческие компании уделяют огромное внимание работе в социальных медиа, так как именно там сосредоточены их потребители²⁴. Статистика посещений веб-сайтов компаний и их страниц в наиболее популярной в мире социальной сети «Фейсбук» показывает, что ежедневная аудитория «Фейсбука» более чем в 10 раз превышает количество посещений официальных веб-сайтов компаний²⁵. Корпоративный опыт работы в социальных медиа говорит о том, что социальные медиа нельзя рассматривать исключительно как дополнительную возможность для продвижения бренда или компании²⁶. Социальные медиа могут являться источником идей для инноваций и усовершенствования товара или услуги. ИТ-компания *Dell* одной из первых привлекла интернет-пользователей для поиска идей усовершенствования производимых товаров и создания новых товаров²⁷. В *Dell* получили более 15 тыс. идей, из которых 400 были воплощены в производство. Впоследствии подобный подход получил название

²⁴ *Macmanus R.* The Most Influential Websites in the World: Wikipedia #1, Twitter #4 With a Bullet // ReadWrite [Site]. November 24, 2009. URL: http://www.readwriteweb.com/archives/the_most_influential_websites_in_the_world.php (04.04.2015).

²⁵ *Clayton N.* Business Joins the Party. Social Media: Online Networking Is Transforming the Way Businesses Operate but Few Understand Its True Implications // The Wall Street Journal. 4 May 2011. URL: <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052748703712504576244622146113118> (04.04.2015).

²⁶ *Gogia S.* Leveraging Emerging Technology to Up the Ante on Customer Engagement / Forrester. March 28, 2012. URL: <https://www.forrester.com/Leveraging+Emerging+Technology+To+Up+The+Ante+On+Customer+Engagement/fulltext/-/E-res61124> (17.07.2015).

²⁷ *Hofer-Shall Z., Bernoff J., Smith A.* Case Study: Dell's Social Media Listening Command Center Builds Customer Relationships — A Social Computing Report / Forrester. July 1, 2011. URL: <https://www.forrester.com/Case+Study+Dells+Social+Media+Listening+Command+Center+Builds+Customer+Relationships/fulltext/-/E-RES59969> (17.07.2015).

«краудсорсинг» и был успешно применен, в том числе, в ОАО «Сбербанк»²⁸. Потребители товаров и услуг являются ценным источником инноваций для производителей.

Производители, безусловно, заинтересованы в том, чтобы привлекать потребителей к разработке и тестированию своих товаров и услуг. Практика усовершенствования потребителями товаров достаточно распространена. Исследования ОЭСР показывают, что от 10% до 40% потребителей производят доработку или модификацию приобретаемых продуктов²⁹ (см. Рисунок 1).

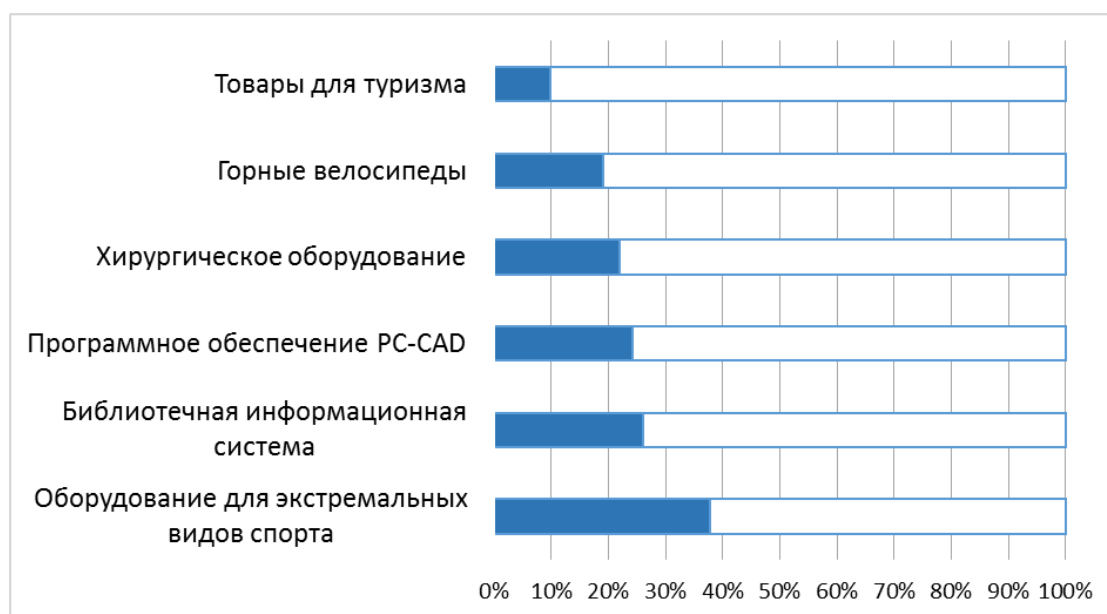


Рисунок 1. Потребители, которые вносят изменения в приобретаемый товар

ИТ сделали значительный вклад в экономику развитых стран за счет создания корпоративных информационных систем, информационной инфраструктуры, телекоммуникационных сетей³⁰. Залогом инновационного развития ведущих стран стала развитая информационная инфраструктура, включающая в себя программное, техническое обеспечение, связь, а также информационные ресурсы. На данном этапе развития ИТ происходит смена технологической парадигмы³¹, что создает возможности для изменения структуры ИТ-индустрии. Эти возможности в первую очередь связаны с

²⁸ Воронин А. Сбербанк собирает идеи: практика банковского краудсорсинга // PC Week. 04.12.2012. № 33 (818). URL: <http://www.pcweek.ru/idea/article/detail.php?ID=144760> (04.04.2015).

²⁹ Science, Technology and Innovation Indicators in a Changing World: Responding to Policy Needs / OECD. 20 September 2007. URL: <http://www.oecd.org/sti/inno/sciencetechnologyandinnovationindicatorsinachangingworldrespondingtopolicyneeds.htm> (17.07.2015).

³⁰ Управление социально-экономическим развитием России: концепции, цели, механизмы / рук. авт. кол.: Д.С. Львов, А.Г. Поршневу; Гос. ун-т упр., Отд-ние экономики РАН. М.: Экономика, 2002.

³¹ Нейрокомпьютерная парадигма и общество / под ред. Ю.Ю. Петрунина. М.: Издательство Московского университета, 2012.

использованием инновационного потенциала граждан, более тесной коммуникации потребителей и производителей, социальные связи потребителей.

Основным преимуществом информационного общества является обеспечение нового типа коммуникации между гражданами, производителями и органами государственного управления, обеспечивающими свободный обмен информацией. Реализация концепции информационного общества помогает восполнить недостающие или плохо функционирующие коммуникации между гражданами и органами государственного управления. Использование информационно-телекоммуникационной среды для привлечения граждан и потребителей в деловые коммуникации даст органам государственного управления и компаниям новые идеи для создания инноваций, решения накопившихся проблем, повышения эффективности.

Список литературы:

1. *Балуев Д.Г.* Политическая роль социальных медиа как поле научного исследования // Образовательные технологии и общество. 2013. № 2 (16). С. 604–616. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-rol-sotsialnyh-media-kak-pole-nauchnogo-issledovaniya> (10.04.2015).
2. *Виноградова Е.А.* К вопросу о работе с «новыми медиа» в стратегической коммуникации // Государственное управление. Электронный вестник. 2013. № 41. С. 218–228. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/41_2013vinogradova.htm (17.07.2015).
3. *Воронин А.* Сбербанк собирает идеи: практика банковского краудсорсинга // PC Week. 04.12.2012. № 33 (818). URL: <http://www.pcweek.ru/idea/article/detail.php?ID=144760> (04.04.2015).
4. *Днепровская Н.В., Шевцова И.В.* Анализ информационной инфраструктуры инновационной экономики // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2011. № 6 (2). С. 40–44.
5. *Казаков М.Ю., Кутырев В.А.* Интернет как сетевая публичная сфера // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 3. URL: <http://www.science-education.ru/pdf/2013/3/222.pdf> (17.07.2015).
6. *Кёхлер Г.* Новые социальные медиа: шанс или препятствие для диалога? // Политические исследования. 2013. № 4. С. 75–87.
7. *Нейрокомпьютерная парадигма и общество / под ред. Ю.Ю. Петрунина.* М.: Издательство Московского университета, 2012.

8. Някина Е.С., Погодина Е.А. Перспективы электронного правительства // Государственное управление. Электронный вестник. 2012. № 31. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/31_2012nyakina_pogodina.htm (17.07.2015).
9. Погодина Е.А., Афанасьев В.П., Афанасьева Е.В. Универсальная электронная карта // Государственное управление. Электронный вестник. 2013. № 37. С. 68–76. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/37_2013pogodina_afanasyev_afanasyeva.htm (17.07.2015).
10. Представленность федеральных органов исполнительной власти в популярных социальных сетях // Инфометр [Сайт]. 23.12.2014. URL: http://infometer.org/analitika/foiv_ss (04.04.2015).
11. Рыков Ю.Г. Виртуальное сообщество как социальное поле: неравенство и коммуникативный капитал // Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. № 4. С. 44–60. URL: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2013_4/Rykov_2013_4.pdf (17.07.2015).
12. Селетков С.Н., Днепровская Н.В. Управление информацией и знаниями в компании: учебник. М.: Инфра-М, 2011.
13. Управление социально-экономическим развитием России: концепции, цели, механизмы / рук. авт. кол.: Д.С. Львов, А.Г. Поршневу; Гос. ун-т упр., Отд-ние экономики РАН. М.: Экономика, 2002.
14. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / пер. с англ. М.В. Арапова, Н.В. Малыхиной; под. ред. Е.Л. Варгановой. М.: Аспект Пресс, 2004.
15. Чистяков С.В. Потенциал сетевого способа координации // Государственное управление. Электронный вестник. 2012. № 31. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/31_2012chistyakov.htm (17.07.2015).
16. Campbell T. Beyond Smart Cities: How Cities Network, Learn and Innovate. Abingdon: Earthscan, 2012.
17. Clayton N. Business Joins the Party. Social Media: Online Networking Is Transforming the Way Businesses Operate but Few Understand Its True Implications // The Wall Street Journal. 4 May 2011. URL: <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052748703712504576244622146113118> (04.04.2015).
18. Etlinger S., Li C. A Framework for Social Analytics. Including Six Use Cases for Social Media Measurement / Altimeter Group. August 10, 2011. URL: <https://frankdiana.files.wordpress.com/2011/08/a-framework-for-social-analytics.pdf> (04.04.2015).

19. *Gogia S.* Leveraging Emerging Technology to Up the Ante on Customer Engagement / Forrester. March 28, 2012. URL: <https://www.forrester.com/Leveraging+Emerging+Technology+To+Up+The+Ante+On+Customer+Engagement/fulltext/-/E-res61124> (17.07.2015).
20. *Hofer-Shall Z., Bernoff J., Smith A.* Case Study: Dell's Social Media Listening Command Center Builds Customer Relationships — A Social Computing Report / Forrester. July 1, 2011. URL: <https://www.forrester.com/Case+Study+Dells+Social+Media+Listening+Command+Center+Builds+Customer+Relationships/fulltext/-/E-RES59969> (17.07.2015).
21. ICT and e-Business for an Innovative and Sustainable Economy. 7th Synthesis Report of the Sectoral e-Business Watch / European Commission. 2010. URL: <http://www.ebusiness-watch.org/> (04.04.2015).
22. *Macmanus R.* The Most Influential Websites in the World: Wikipedia #1, Twitter #4 With a Bullet // ReadWrite [Site]. November 24, 2009. URL: http://www.readwriteweb.com/archives/the_most_influential_websites_in_the_world.php (04.04.2015).
23. *Salins P.D.* The Smart Society: Strengthening America's Greatest Resources, Its People. New York: Encounter Books, 2014.
24. Science, Technology and Innovation Indicators in a Changing World: Responding to Policy Needs / OECD. 20 September 2007. URL: <http://www.oecd.org/sti/inno/sciencetechnologyandinnovationindicatorsinachangingworldrespondingtopolicyneeds.htm> (17.07.2015).
25. *Tapscott D., Williams A.D.* Macrowikinomics: New Solutions for a Connected Planet. New York: Penguin, 2012.
26. United Nations E-Government Survey 2014: E-Government for the Future We Want / United Nations Department of Economic and Social Affairs. New York: United Nations, 2014. URL: http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov_Complete_Survey-2014.pdf (04.04.2015).

Shevtsova I.V., Dneprovskaya N.V.

Social Media in Communication Between Citizens and Public Administration

Inessa V. Shevtsova — Ph.D., senior lecturer, School of Public Administration, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation.

E-mail: shevtsova@spa.msu.ru

Natalia V. Dneprovskaya — Ph.D., associate professor, Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics, Moscow, Russian Federation.

E-mail: ndneprovskaya@yandex.ru

Annotation

The information technology (IT) made a significant impact on the socio-economic development in the past. Nowadays IT continues to grow rapidly and create new opportunities for improving the quality of public administration. Modern IT, as a comfortable and familiar known tool for daily professional activities of citizens, should be involved in interactions with the public authorities. Despite significant progress in the development of information society and e-government, the potential of social media is only partially implemented in public administration in Russia.

Keywords

E-government, information society, social media.

References:

1. Baluev D.G. Politicheskaya rol' sotsial'nykh media kak pole nauchnogo issledovaniia. *Obrazovatel'nye tekhnologii i obshchestvo*, 2013, 2 (16), pp. 604–616. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-rol-sotsialnyh-media-kak-pole-nauchnogo-issledovaniya> (10.04.2015).
2. Vinogradova E.A. K voprosu o rabote s “novymi media” v strategicheskoi kommunikatsii. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik*, 2013, 41, pp. 218–228. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/41_2013vinogradova.htm (17.07.2015).
3. Voronin A. Sberbank sobiraet idei: praktika bankovskogo kraudsoringa. *PC Week*, 04.12.2012, 33 (818). URL: <http://www.pcweek.ru/idea/article/detail.php?ID=144760> (04.04.2015).
4. Dneprovskaya N.V., Shevtsova I.V. Analiz informatsionnoi infrastruktury innovatsionnoi ekonomiki. *Ekonomika, statistika i informatika. Vestnik UMO*, 2011, 6 (2), pp. 40–44.
5. Kazakov M.Iu., Kutyrev V.A. Internet kak setevaia publichnaia sfera. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniia*, 2013, 3. URL: <http://www.science-education.ru/pdf/2013/3/222.pdf> (17.07.2015).
6. Kekhler G. Novye sotsial'nye media: shans ili prepiatstvie dlia dialoga? *Politicheskie issledovaniia*, 2013, 4, pp. 75–87.
7. *Neirokomp'iuternaia paradigma i obshchestvo* / pod red. Iu.Iu. Petrunina. Moscow: Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta, 2012.
8. Niakina E.S., Pogodina E.A. Perspektivy elektronnoho pravitel'stva. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik*, 2012, 31. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/31_2012nyakina_pogodina.htm (17.07.2015).
9. Pogodina E.A., Afanas'ev V.P., Afanas'eva E.V. Universal'naia elektronnaia karta. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik*, 2013, 37, pp. 68–76. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/37_2013pogodina_afanasyev_afanasyeva.htm (17.07.2015).
10. Predstavlenost' federal'nykh organov ispolnitel'noi vlasti v populiarnykh sotsial'nykh setiakh. *Infometr* [Sait]. 23.12.2014. URL: http://infometer.org/analitika/foiv_ss (04.04.2015).

11. Rykov Iu.G. Virtual'noe soobshchestvo kak sotsial'noe pole: neravenstvo i kommunikativnyi capital. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii*, 2013, 4, pp. 44–60.
URL: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2013_4/Rykov_2013_4.pdf (17.07.2015).
12. Seletkov S.N., Dneprovskaja N.V. *Upravlenie informatsiei i znaniiami v kompanii: uchebnik*. Moscow: Infra-M, 2011.
13. *Upravlenie sotsial'no-ekonomicheskim razvitiem Rossii: kontseptsii, tseli, mekhanizmy* / ruk. avt. kol.: D.S. L'vov, A.G. Porshnev; Gos. un-t upr., Otd-nie ekonomiki RAN. Moscow: Ekonomika, 2002.
14. Uebster F. *Teorii informatsionnogo obshchestva* / per. s angl. M.V. Arapova, N.V. Malykhinoin; pod. red. E.L. Vartanovoi. Moscow: Aspekt Press, 2004.
15. Chistiakov S.V. Potentsial setevogo sposoba koordinatsii. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik*, 2012, 31. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/31_2012chistyakov.htm (17.07.2015).
16. Campbell T. *Beyond Smart Cities: How Cities Network, Learn and Innovate*. Abingdon: Earthscan, 2012.
17. Clayton N. Business Joins the Party. Social Media: Online Networking Is Transforming the Way Businesses Operate but Few Understand Its True Implications. *The Wall Street Journal*, 4 May 2011.
URL: <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052748703712504576244622146113118> (04.04.2015).
18. Etlinger S., Li C. *A Framework for Social Analytics. Including Six Use Cases for Social Media Measurement* / Altimeter Group. August 10, 2011. URL: <https://frankdiana.files.wordpress.com/2011/08/a-framework-for-social-analytics.pdf> (04.04.2015).
19. Gogia S. *Leveraging Emerging Technology to Up the Ante on Customer Engagement* / Forrester. March 28, 2012. URL: <https://www.forrester.com/Leveraging+Emerging+Technology+To+Up+The+Ante+On+Customer+Engagement/fulltext/-/E-res61124> (17.07.2015).
20. Hofer-Shall Z., Bernoff J., Smith A. *Case Study: Dell's Social Media Listening Command Center Builds Customer Relationships — A Social Computing Report* / Forrester. July 1, 2011.
URL: <https://www.forrester.com/Case+Study+Dells+Social+Media+Listening+Command+Center+Builds+Customer+Relationships/fulltext/-/E-RES59969> (17.07.2015).
21. *ICT and e-Business for an Innovative and Sustainable Economy. 7th Synthesis Report of the Sectoral e-Business Watch* / European Commission. 2010. URL: <http://www.ebusiness-watch.org/> (04.04.2015).
22. Macmanus R. The Most Influential Websites in the World: Wikipedia #1, Twitter #4 With a Bullet. *ReadWrite* [Site]. November 24, 2009. URL: http://www.readwriteweb.com/archives/the_most_influential_websites_in_the_world.php (04.04.2015).
23. Salins P.D. *The Smart Society: Strengthening America's Greatest Resources, Its People*. New York: Encounter Books, 2014.
24. *Science, Technology and Innovation Indicators in a Changing World: Responding to Policy Needs* / OECD. 20 September 2007. URL: <http://www.oecd.org/sti/inno/sciencetechnologyandinnovationindicatorsinachangingworldrespondingtopolicyneeds.htm> (17.07.2015).
25. Tapscott D., Williams A.D. *Macrowikinomics: New Solutions for a Connected Planet*. New York: Penguin, 2012.
26. *United Nations E-Government Survey 2014: E-Government for the Future We Want* / United Nations Department of Economic and Social Affairs. New York: United Nations, 2014.
URL: http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov_Complete_Survey-2014.pdf (04.04.2015).