

## **Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»**

**Специфика информационного сопровождения деятельности исполнительных органов государственной власти в социальных сетях (на примере Комитета по молодежной политике Ленинградской области)**

***Петряев Василий Андреевич***

*Студент*

*Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права,  
Гуманитарный факультет, Санкт-Петербург, Россия  
E-mail: bazil-kaizer@yandex.ru*

Связи с общественностью в органах государственной власти направлены на улучшение коммуникаций между властью и общественностью. Коммуникация власти выражается в способности общаться с населением территории, объяснять обществу принимаемые решения, принимать запросы различных групп общественности, а это зависит от наличия эффективных информационных каналов.

В настоящее время большую часть информации о деятельности органов государственной власти можно найти в сети Интернет. В этом помогают социальные сети, блоги, правительственные порталы и информационные ресурсы.

Социальные сети, при правильном их использовании, могут помочь власти добиться лояльности к ее действиям у населения. Наличие у властных структур действующей и эффективной площадки в социальной сети поддерживают имидж власти как открытой и прозрачной.

Оперативное донесение информации до населения, а также возможность быстрого получения обратной связи, делают социальные сети важным инструментом принятия решений, при реализации государственной политики. Мониторинг активности населения в социальных сетях важен для отслеживания общественных настроений.

Спецификой Комитета по молодежной политике Ленинградской области является то, что его основной общественностью является молодежь. Молодые люди активные пользователи социальных сетей и привыкли получать информацию именно из этого источника.

В связи с этим присутствие подобной государственной структуры в социальной сети важно для оперативного освещения процессов, связанных с делами молодежи.

Размещение информации в социальной сети позволяет донести ее до главной группы общественности Комитета – молодежи, без посредников (которыми ранее выступали, например, средства массовой информации).

При этом молодые люди могут активно участвовать в мероприятиях и проектах Комитета, а Комитет, в свою очередь, может привлечь новых людей в социально-значимую деятельность.

Прямое общение молодежи и представителей Комитета по молодежной политике, а впоследствии и содействие молодежи в реализации ее проектов, позволяет добиться увеличения доверия к деятельности Комитета, ее руководства, а тем самым повысить доверие и ко всей системе органов государственной исполнительной власти.

Проанализировав сообщество Комитета по молодежной политике, можно сделать вывод, что социальные сети можно с большим успехом использовать как одну из основных технологий деятельности по связям с общественностью в исполнительных органах

государственной власти. Создавая группу и продвигая её в социальной сети «ВКонтакте», органы госструктур имеют возможность привлечения большего числа людей, нуждающихся в их услугах, а также проинформировать о своей деятельности и продемонстрировать ее прозрачность.

### **Литература**

1. Атаманчук Г.В. Теория государственного управления / Г.В. Атаманчук. – М.: Омега-Л, 2010.
2. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете: социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети / Ларри Вебер; пер. с англ. Елены Лалаян. - 2-е изд. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2011.
3. Скотт, Дэвид Мирман. Новые правила маркетинга и PR: как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем / Дэвид Мирман Скотт; пер. с англ.: [В. Апанасик, Г. Огибин]. - 2-е изд. - Москва: Альпина Паблишерз, 2011.
4. Комитет по молодежной политике Ленобласти [Электронный ресурс]. Режим доступа [www.vk.com/mp47ru](http://www.vk.com/mp47ru)
5. Молодежный портал Ленинградской области [Электронный ресурс]. Режим доступа [www.mp47.ru](http://www.mp47.ru)