

**Имиджевый потенциал информационно-коммуникационных технологий
государственной власти**

Научный руководитель – Чуешов Виктор Иванович

Беленкова Лариса Михайловна

Аспирант

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, Минск, Беларусь

E-mail: belenkova.larisa77@gmail.com

Эффективное использование современных информационно-коммуникационных технологий является значимым имиджеобразующим фактором для государственной власти. Технологии, которые могут быть задействованы в формировании имиджа власти, можно условно разделить на «традиционные» и «новые». Если к «традиционным» относятся интернет-сайты, то к «новым» - социальные сети и блоги.

Каждый из этих видов обладает большими возможностями по формированию имиджа при их использовании в будущем (условно будем это называть «имиджевым потенциалом»). Их имиджевый потенциал можно оценить в количественных и качественных характеристиках.

Представляется, что качественно имиджевый потенциал «традиционных» и «новых» информационно-коммуникационных технологий можно оценить на основании следующих критериев:

- влияние на «внешний» имидж государственной власти;
- влияние на «внутренний» имидж государственной власти;
- организация компетентной и содержательной обратной связи;
- организация оперативной обратной связи.

Оценка данных критериев в баллах будет представлять выражение их имиджевого потенциала количественно.

Итак, пристальное внимание со стороны государственных органов к качеству ведения сайтов способствует переходу на новую ступень развития «электронного правительства». Очевидно, что успехи в построении системы «электронного правительства» влияют на международный («внешний») имидж государства.

С другой стороны, ответственное, грамотное техническое сопровождение работы сайтов государственных органов во многом предопределяет успех в восприятии населением образа государственного аппарата. А это, несомненно, отражается на «внутреннем» имидже государства - имидже государственной власти.

Следовательно, данный вид информационно-коммуникационных технологий влияет и на «внешний» имидж государства, и на восприятие образа власти населением, то есть на «внутренний» имидж государства.

Оценивая качество обратной связи посредством сайтов государственных органов, следует отметить, что они могут сыграть определенную роль в обеспечении компетентной (содержательной) обратной связи с населением. Однако, с учетом того, что для сайтов обратная связь изначально - дополнительная функция, то по оперативности «действий» сайты однозначно будут уступать, к примеру, социальным сетям.

При этом, оценка каждого из критериев имиджевого потенциала сайтов подчеркивает весомость и значимость этого интернет-ресурса государственных органов. И задача по совершенствованию работы сайтов государственных органов является весьма актуальной. Так как обеспечение позитивного общественного мнения населения о государственном аппарате в целом - это задача, во многом обеспечиваемая «качеством» сайтов органов государственной власти.

Что же касается социальных медиа, то их широкое использование населением, заставляет также и правительство тщательно задуматься о том, каким образом можно извлечь выгоду от их применения в выстраивании взаимоотношений с гражданами, повышая при этом уровень их вовлеченности и участия. [2, р. 10]

Западные исследователи отмечают важность присутствия власти в социальных медиа для повышения уровня доверия граждан. Это становится возможным, если правительства используют социальные медиа в качестве активного информационного канала, демонстрируя тем самым, что власть не только мониторит действительность, но и реагирует на нее. Социальные медиа дают возможность государству получить преимущества от их использования за счет креативного и инновационного коммуницирования с гражданами. Данные интернет-ресурсы позволяют государственным органам доносить любые необходимые сообщения или новости быстрее и эффективнее. [2, р. 12]

Оценивая имиджевый потенциал «новых» информационно-коммуникационных технологий согласно представленным качественным критериям, стоит отметить следующее. Эти технологии оказывают незначительное влияние на «внешний» имидж государственной власти, нежели на «внутренний». Деятельность отдельных государственных структур или должностных лиц может быть представлена на их страницах в социальных сетях или в блоге. И в таком случае они будут способствовать формированию имиджа либо конкретного политика, чиновника, либо возглавляемый им государственный орган.

Что же касается организации обратной связи, то по оперативности эти каналы будут явно опережать «традиционные», однако, обеспечить качественную и содержательную обратную связь данные каналы смогут едва.

Анализ данных характеристик дает основание полагать, что социальные сети и блоги начинают играть все более заметную роль в общественно-политической жизни. Очевидно, что социальные сети обладают более высоким имиджевым потенциалом по сравнению с блогами.

Такая оценка имиджевого потенциала ставит перед органами государственной власти

задачу активизировать работу по использованию «новых» информационно-коммуникационных технологий для организации диалога с населением, для его сближения с ним, а также охраны его законных интересов, мобилизации активных целевых аудиторий на общественно-полезные дела, для формирования важных национальных ценностей, объединяющих общество. Одновременно, их потенциал можно задействовать и для защиты общества от масштабных противоправных, экстремистских действий и радикальных националистических выступлений, от различного рода внешних воздействий, направленных на подрыв политической стабильности в государстве.

До настоящего времени представители государственной власти слабо показывают заинтересованность в обеспечении обратной связи с широкой общественностью и не стремятся активно использовать возможности интерактивных средств политической интернет-коммуникации, а удачные примеры такого использования являются скорее исключением из правил, нежели общепринятой практикой. [1, с. 21]

В настоящее время интернет-сайты и социальные сети обладают наибольшим имиджевым потенциалом для государственных органов. Они становятся важными инструментами в реализации медийной и социальной коммуникации в интернет-пространстве.

Источники и литература

- 1) Щенников М.А. Интернет-технологии в политической коммуникации современной России. Автореф. дисс. . . . канд. полит. наук. Ярославль, 2010.
- 2) Khasawneh R.T. E-Government and social media sites: the role and impact // World Journal of Computer Application and Technology. 2013. No 1(1). P. 10–17: <http://www.hrpub.org/download/201307/wjcat.2013.010103.pdf>.