

УДК 316

DOI: 10.18413/2408-9338-2020-6-2-0-11

Зимова Н. С.¹
Фомин Е. В.²
Смагина А. А.³

Социальные сети как новый канал взаимодействия общества и власти

¹ Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
Ленинские горы, 1, г. Москва, 119991, Россия
nzimova@mail.ru
ORCID iD: 0000-0003-0545-6317

² Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
Ленинские горы, 1, г. Москва, 119991, Россия
fominegorv@mail.ru
ORCID iD: 0000-0001-5513-4848

³ АО «Крибрум»
Бульвар Большой, 42, стр. 1, территория инновационного центра «Сколково»,
121205, Москва, Россия
smagina@kribrum.ru
ORCID iD: 0000-0003-0846-1576

*Статья поступила 08 мая 2020 г.; принята 15 июня 2020 г.;
опубликована 30 июня 2020 г.*

Аннотация. Проникновение цифровых технологий в жизнь общества влечет за собой трансформации во взаимодействии органов государственной власти и граждан. Традиционные каналы коммуникации теряют свою актуальность, уступая место современным цифровым технологиям. Одним из эффективных инструментов достижения транспарентности и повышения взаимопонимания граждан и государства сегодня становятся социальные сети. Предоставляя широкие возможности для органов государственной власти, социальные сети в то же время несут новые вызовы и требования. В статье представлены результаты анализа аккаунтов руководителей регионов в популярной социальной сети «ВКонтакте» с помощью технического инструмента – системы многофакторного мониторинга и анализа социальных медиа в режиме реального времени «Крибрум». Анализ проводился по двум параметрам: активность аккаунта и оценка вовлеченности аудитории. В результате анализа обнаружено, что ведение аккаунтов в социальных сетях влияет на показатели уровня доверия населения к власти. Главы регионов, активно использующие социальную сеть для взаимодействия с гражданами, имеют более высокие показатели уровня доверия со стороны населения, нежели губернаторы, игнорирующие их, или уделяющие недостаточно внимания ведению собственных страниц в сети. При этом потенциал социальных сетей как инструмента взаимодействия используется главами регионов не полностью. Сделан вывод, что социальные сети могут являться одним из показателей оценки эффективности деятельности представителей государственной власти, а тенденция к активизации работы с гражданами в социальных сетях будет возрастать.

Ключевые слова: цифровизация; социальные сети; доверие к власти; ключевые показатели эффективности (КПИ).

Информация для цитирования: Зимова Н. С., Фомин Е. В., Смагина А. А. Социальные сети как новый канал взаимодействия общества и власти // Научный результат. Социология и управление. 2020. Т. 6, № 2. С. 159-171. DOI: 10.18413/2408-9338-2020-6-2-0-11

Natalya S. Zimova¹

Yegor V. Fomin²

Alexandra A. Smagina³

**Social networks as a new channel
of interaction between government and society**

¹ Lomonosov Moscow State University
1 Lenin Hills, Moscow, 119991, Russia
nzimova@mail.ru
ORCID iD: 0000-0003-0545-6317

² Lomonosov Moscow State University
1 Lenin Hills, Moscow, 119991, Russia
fominegorv@mail.ru
ORCID iD: 0000-0001-5513-4848

³ «Kribrum»
bld. 1, 42 Bolshoy Blvd., Moscow, 121205, Russia
Territory of the SKOLKOVO Innovation Center
smagina@kribrum.ru
ORCID iD: 0000-0003-0846-1576

*Received on May 08, 2020; accepted on June 15, 2020;
published on June 30, 2020*

Abstract. The expansion of digital technologies in society leads to transformations in the interaction between public authorities and citizens. Traditional communication has been losing its relevance, giving way to modern digital technologies. Social networks are one of the effective tools for achieving transparency and better mutual understanding of citizens and state. With ample opportunities for public authorities, social networks present new challenges and requirements. The article presents the results of the analysis of regional leaders' accounts in the popular social network VKontakte. It was performed with a technical tool – the system of real-time multi-factor monitoring and analysis of social media “Kribrum”. The analysis was carried out according to two parameters: account activity and audience engagement. It was found that maintaining accounts on social networks has an impact on the level of public confidence in the government. The heads of the regions who actively use the social network interacting with citizens are characterized by higher levels of trust on the part of the population than governors who ignore them or pay insufficient attention. However, the potential of social networks as a tool of interaction is not fully unlocked by the heads of Russian regions. It is concluded that social networks can be one of the indicators for evaluating the performance of officials. At the same time, the work with citizens via social networks is highly likely to intensify in the near future.

Key words: digitalization; social networks; confidence in authorities; key performance indicators (KPI)

Information for citation: Zimova, N. S., Fomin, Y. V. and Smagina, A. A. (2020), "Social networks as a new channel of interaction between government and society", *Research Result. Sociology and management*, 6 (2), 159-171, DOI: 10.18413/2408-9338-2020-6-2-0-11

Введение (Introduction). Сегодня совершеннолетия достигают поколения, для которых цифровые технологии – неотъемлемая часть жизни. Если для людей поколения Y (рожденные в 1981-1995 гг.) цифровые технологии были будущим, то для поколения Z они являются настоящим. Изменяется сама природа новых людей, родившихся после 1996 года (Howe, 2008: 109-111). В настоящее время эта возрастная группа населения страны становится полноценным активным участником политической жизни. Традиционные методы работы с этой частью электората малоэффективны, что требует от государства нового подхода, основанного на применении цифровых технологий, в частности социальных сетей.

Согласно отчетам компаний WeAreSocial и Hootsuite на начало 2020 года в социальных сетях зарегистрировано 3,8 миллиарда пользователей. Это почти 60% мирового населения. Данный показатель с каждым годом растет: в 2019 году насчитывалось 3,48 миллиарда пользователей¹. В России 78% пользователей интернета имеют аккаунты в социальных сетях, что больше, чем в США (75%), Германии (56%), Швеции (74%), Франции (49%) (Цифровая экономика, 2019: 96). В России самые активные пользователи социальных сетей: в среднем, каждый зарегистрирован в четырех социальных сетях (Лебедев, 2018). Самой популярной является платформа «ВКонтакте» – за 2018 год в ней зарегистрировано более 36 млн.

активных авторов и более 1 млрд. публикаций².

Таким образом, с развитием цифровых технологий социальные сети рассматриваются как новый канал взаимодействия власти с электоратом. Это требует от представителей власти выходить в интернет-пространство и активно работать с аудиторией. Однако потенциал этого канала используется не в полной мере, что частично связано со скептическим отношением представителей власти к цифровым инструментам.

М. Пренски в 2001 году ввел термины «цифровых аборигенов» и «цифровых иммигрантов» («digital natives», «digital immigrants»), где первые – те, кто вырос в эпоху цифровых технологий, а у последних знакомство с этими благами произошло уже во взрослом состоянии (Prensky, 2001). По замерам агентства «Рейтер», средний возраст всех политиков и чиновников составляет 55,5 года³. Это означает, что у власти находятся люди, которые стали учить «язык цифры» в зрелом возрасте.

По мнению Дж. Реале, кризис политического представительства гражданских интересов в рамках таких традиционных институтов, как профсоюзы и политические партии, свидетельствует о возрастании потребительской гражданственности на базе интернет-технологий. Подобная трансформация поведения граждан требует пересмотра культуры государственного управления и перехода к более открытой системе, способной

¹ WeAre Social, Hootsuite: глобальный цифровой обзор, 2020. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview> (дата обращения: 16.11.2019).

² Brand Analytics. Соцсети в России: цифры и тренды, 2018. URL: <https://raec.ru/live/branch/10785/> (дата обращения: 16.11.2019).

³ Reuters.com. План Путина омолодить российскую политику продвигается медленно, 2020. URL: <https://ru.reuters.com/article/topNews/idRUKBN1DK1UL-ORUTP> (дата обращения: 16.03.2020).

адаптироваться к современным стандартам прозрачности, общественного участия и гражданского государственного сотрудничества (Reale, 2014: 195-206).

Одной из наиболее значимых работ по использованию социальных сетей в деятельности государственной власти является исследование И. Мергель. На основе интервью с представителями департаментов исполнительной власти она пришла к выводу, что платформы являются новыми каналами взаимодействия с обществом, при помощи которых граждане получают информацию о деятельности представителей власти, а представители власти – о проблемах на местах. Мергель выделила три цели, для которых социальные сети используются в государственном секторе: прозрачность, сотрудничество и участие (Mergel, 2013: 327-334).

Среди отечественных исследований по изучению роли социальных сетей в деятельности органов государственной власти следует отметить работу Н.Е. Дмитриевой. Мониторинг официальных аккаунтов в социальных сетях федеральных ведомств подтвердил, что новые каналы взаимодействия с обществом повышают информированность граждан и органов власти, что ведет к повышению уровня доверия. (Дмитриева, 2015: 123-146).

Россия по показателям онлайн-взаимодействия населения с государством отстает от европейских стран. В Швеции 84% от общей численности населения старше 15 лет осуществляют онлайн-взаимодействие с органами власти, в Финляндии – 83%, во Франции – 68%, в России только 33% (Цифровая экономика, 2019: 59).

В США и Европе социальные сети и блоги становятся самым распространенным и широко используемым инструментом публичного дискурса. Практически каждый политик имеет свой аккаунт на онлайн-платформах, где выкладывает информацию, касающуюся его политической и личной жизни.

В этих странах накоплен положительный опыт использования разнообразных инструментов, позволяющих на основе анализа социальных сетей отслеживать эффективность государственного управления. В Португалии используется автоматическая категоризация сообщений, поступающих от граждан по проблемам, связанным с предоставлением различных услуг со стороны государства в соответствии со стандартом ISO 37120. Пользователи направляют на официальные профили правительственных организаций свои жалобы или отзывы по конкретным услугам в соответствующие организации. В США используется специальное программное обеспечение (USA Performance) для оценки результативности профессиональной служебной деятельности федеральных государственных служащих.

В настоящее время в России предпринимаются определенные шаги для развития работы с социальными медиа. Так, в 2017 г. в Московской области был запущен пилотный проект «Инцидент менеджмент», разработанный компанией Медиалогия. С 2019 года он был внедрен во всех регионах России. «Инцидент» мониторит пять социальных сетей – «ВКонтакте», «Facebook», «Instagram», «Twitter», «Одноклассники» и отслеживает негативные сообщения, жалобы, вопросы, отзывы, благодарности. Представители региональных министерств и муниципалитетов должны ответить в социальных сетях, ответ автоматически приходит и в систему «Инцидент». Результаты попадают главе региона. Все сообщения и реакция на них статистически обрабатываются. Доступ к статистике имеют как сотрудники региональных администраций, так и Администрация Президента. Система становится инструментом контроля качества работы региональных властей.

Реализация мероприятий федерального проекта «Цифровое государственное управление» направлена на перевод 70% контактов граждан и организаций с

государственными (муниципальными) органами и бюджетными учреждениями в цифровой вид к 2024 году. Кроме того, Указ президента определил в качестве одного из ключевых показателей эффективности (КРІ) деятельности глав регионов их активность в интернет-пространстве¹.

Таким образом, возникает необходимость рассмотреть, как представители органов власти используют социальные сети для взаимодействия с населением, и как данная деятельность влияет на уровень доверия и показатели их эффективности.

Методология и методы (Methodology and methods). На основе открытых данных произведен анализ активности глав регионов в социальных сетях. Выбор губернаторов для анализа сделан на основе данных о выполнении ими КРІ по показателю «уровень доверия населения к главам регионов», которые были озвучены в ноябре 2019 года в Администрации президента. Данные о выполнении губернаторами КРІ подготовлены на основе закрытого георейтинга Фонда «Общественное мнение».

Наивысших результатов согласно КРІ по уровню доверия населения достигли: Р. Кадыров (Чеченская Республика), Р. Хабиров (Республика Башкортостан), Р. Старовойт (Курская область), А. Дюмин (Тульская область). Губернаторы, имеющие неудовлетворительные показатели: И. Орлов (Архангельская область), С. Гапликов (Республика Коми), А. Левинталь (Еврейская автономная область), В. Илюхин (Камчатский край)².

Анализируемый период – с 1 по 14 ноября 2019 года. Для анализа выбрана наиболее популярная социальная сеть на территории России – «ВКонтакте». Согласно данным аналитической компании «Mediascope», российская аудитория

социальной сети «ВКонтакте» составляет в среднем 39.6 млн. в месяц.

В рамках работы, главным образом, были использованы методы, внедренные в систему многофакторного мониторинга и анализа социальных медиа в режиме реального времени «Крибрум»: метод контент-анализа – анализ текстового материала и продуктов коммуникативной деятельности; метод изучения качественных и количественных показателей коммуникативного поведения; метод сравнительного анализа, метод сопоставления двух и более объектов, выделение в них общего и различного с целью классификации и типологизации; методы количественного анализа – методы описания и преобразования исследовательских данных на основе использования математико-статистического аппарата; критический дискурс-анализ – исследование изменений дискурса, выводы о преобладающей модальности коммуникативного поведения и преобладающих темах дискурса. Кроме того, использовались лингвосемантические и психологические поведенческие модели, адаптированные для платформы.

Рейтинг глав регионов по уровню использования социальных сетей строился на основе двух показателей. Во-первых, учитывалась активность самого губернатора в социальной сети «ВКонтакте»: частота публикации постов, время публикации, скорость ответа на комментарии, активность чиновника на странице других пользователей (лайки, репосты). Также мы изучали полноту использования функционала социальной сети губернатором: наличие фотографии профиля, личную информацию о себе (год рождения, религиозные взгляды, наличие рабочих и личных фотографий), возможность добавления в друзья, доступ к

¹ Указ Президента Российской Федерации от 25.04.2019 г. № 193 «Об оценке эффективности деятельности высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов Российской Федерации и деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации».

² РБК: Кремль выявил лидеров и аутсайдеров среди губернаторов по доверию граждан. Регионы ранжировали по выполнению КРІ и похвалили, 10 ноября 2019. URL: <https://www.rbc.ru/politics/10/11/2019/5dc814fa9a79477cd6a9cf1e> (дата обращения: 16.01.2020).

комментариям. Во-вторых, проанализирована вовлеченность аудитории в обсуждение проблем на страницах глав регионов: количество друзей или подписчиков, комментариев, лайков, репостов. Лингвосемантический анализ публикаций пользователя позволил определить основные темы, которые обсуждаются на странице политика.

Научные результаты и дискуссия (Research Results and Discussion).

Аккаунты всех губернаторов анализировались отдельно с помощью системы «Крибрум». Данные, полученные при анализе, представлены в Таблице 1 и Таблице 2 и описаны в данном разделе статьи.

Рамзан Кадыров (глава Чеченской Республики) – <https://vk.com/ramzan>. Глава Чеченской республики Р. Кадыров занимает лидирующую позицию. Уровень активности Р. Кадырова, а также его аудитории в социальных сетях подтверждают этот факт даже при первом взгляде, до проведения анализа с помощью специализированных систем. Исследование страницы Р. Кадырова в социальной сети «ВКонтакте» за период 1-14 ноября 2019 года демонстрирует, что у пользователя 19 друзей, 644 тыс. подписчиков. Доступ к отправке личных сообщений Р. Кадырову ограничен настройками приватности, но возможность комментирования публикаций на странице главы республики сохраняется. В исследуемый период Р. Кадыров опубликовал 31 пост, ежедневно оставляя от одной до пяти записей, кроме 02.11, 04.11 и 07.11. 60% публикаций сделано в дневное время, 35% – в вечернее. Наиболее волнующими темами постов стали праздники, происшествия, здоровье и медицина, культура, работа и образование, спорт. Затрагиваемые Р. Кадыровым вопросы вызывают интерес пользователей: они активно комментируют записи главы региона, а также делают репосты. За анализируемый период сделано 1240 комментариев и 202 репоста. Активность проявили 626 пользователей. Сам Р.

Кадыров не проявлял активности на страницах других пользователей.

В результате можно констатировать, что Р. Кадыров активно ведет свой аккаунт в социальной сети «ВКонтакте», обсуждаемые им вопросы привлекают внимание его окружения. Тем не менее, он лишь задает направление обсуждения, но не участвует в дальнейшем развитии тем.

Радий Хабиров (глава Республики Башкортостан) – <https://vk.com/radiyhabirov>. В соответствии с итогами, подведенными С. Кириенко, глава республики Башкортостан Р. Хабиров перевыполнил KPI. Анализ активности Р. Хабирова в социальной сети «ВКонтакте» за период 1-14 ноября 2019 года обнаружил 159 тыс. подписчиков, при этом дружественные связи и его ближайшее онлайн-окружение остаются недоступными. За указанный период времени Р. Хабиров опубликовал 12 постов: по одной публикации в день кроме 4 ноября (День народного единства) и 11 ноября. Основной массив публикаций был сделан в рабочие часы. Лингвосемантический анализ публикаций пользователя позволил определить основные затронутые темы: происшествия, семья, общественные проблемы, спорт, политика, культура, образование, праздники, здоровье и медицина. Пользователи социальной сети активно вовлечены в обсуждение вопросов, поднимаемых Р. Хабировым в его публикациях. За указанный период к его записям было оставлено 4298 комментариев и 624 репоста – данные действия совершило более 2200 пользователей. При этом ответная активность Хабирова отсутствует, он не отвечает на комментарии.

Активность Р. Хабирова можно охарактеризовать как высокую, он затрагивает широкий круг тем, его публикации вызывают отклик аудитории, однако, он сам не вовлечен в обсуждение.

Роман Старовойт (губернатор Курской области) – <https://vk.com/gubernator46>. Он занял одну из лидирующих позиций по выполнению KPI.

Оценка его активности и открытости ведения социальных сетей неоднозначна. Он не проявляет повышенной активности, но его страница является привлекательной для пользователей. Согласно анализу на момент 1-14 ноября 2019 года в социальной сети «ВКонтакте» Р. Старовойт имел 36 тыс. подписчиков, но раздел «Друзья» на его странице скрыт. Доступ к комментированию его публичных записей открыт, есть возможность отправки личных сообщений. Данная особенность выгодно выделяет страницу губернатора на фоне его коллег из других регионов. За анализируемый период губернатор Курской области опубликовал один пост и оставил один комментарий. Данные действия были произведены в среду 6 ноября. Среди затронутых тем: семья, общество, работа и образование, культура, здоровье и красота, досуг. За анализируемый период активность под его постами проявили 288 пользователей социальной сети. Всего было оставлено 719 комментариев и сделано 62 репоста. При этом Старовойт не участвует в дальнейших дискуссиях и не комментирует активность пользователей в открытом пространстве.

Таким образом, несмотря на низкую активность и отсутствие регулярных публикаций губернатора, его страница является привлекательной для его аудитории, которая участвует в обсуждениях под постами. Отличительной особенностью страницы является открытый доступ к написанию личных сообщений Р. Старовойту, что может рассматриваться как механизм, позволяющий повысить качество обратной связи с населением.

Игорь Орлов (губернатор Архангельской области) – https://vk.com/igororlov_29. И. Орлову задачи КРІ по показателям доверия населения и итогам выборов выполнить не удалось. Анализ активности Орлова в социальных сетях, а также привлекательность его страницы для аудитории также можно оценить невысоко. В период 1-14 ноября 2019 года в социальной сети «ВКонтакте» у губернатора было 10 тыс. подписчиков.

Повышению уровня вовлеченности аудитории препятствуют ограничения на возможность отправки личных сообщений и комментирования постов. За анализируемый период Орлов опубликовал 6 постов, при этом системность во времени и количестве публикаций отсутствует: в некоторые дни публикуются по несколько постов, затем следует продолжительная пауза. Примечательно, что 4 ноября в праздничный день было размещено две публикации. Закономерности по времени опубликования записей установить не удастся. Лингвосемантический анализ показал, что губернатор проявляет интерес к таким темам, как происшествия, семья, общество, работа и образование, культура, здоровье, досуг. Аудитория Орлова слабо отвечает на его посты, плохо откликается на поднимаемые им темы. За указанный период записи Орлова «репостнули» 24 раза. В данную активность были вовлечены 20 авторов, при этом сам Орлов со своей страницы не проявлял никакой активности.

Активность И. Орлова можно оценить постах затрагивает актуальные общественные темы. Однако настройки страницы автора, его намеренное желание ограничить активность других пользователей на своей странице приводит к снижению вовлеченности аудитории.

Сергей Гапликов (глава р. Коми) – <https://vk.com/gaplikovkomi>. С. Гапликов оказался в числе тех, кому не удалось показать удовлетворительные результаты КРІ. Анализ страницы главы региона в социальной сети «ВКонтакте» за период 1-14 ноября 2019 года демонстрирует высокую активность автора, и значительный отклик аудитории при ее относительно скромных объемах. На тот момент у Гапликова в друзьях было 6407 аккаунтов, а в подписчиках – 124. Несмотря на то, что Гапликов всех добавляет в друзья, доступ к комментированию его записей, а также отправка личных сообщений ограничены настройками приватности. За анализируемый период он опубликовал 23 поста и сделал 5 репостов. Активность

Гапликова характеризуется регулярностью, ежедневно автор оставляет от одной до четырех записей. Основной массив публикаций оформляется в будние дни, на выходные приходится лишь 37% активности, что указывает то, что губернатор ведет аккаунт не только в рабочее время, но и в свободное. Аномальных всплесков активности не зафиксировано. С помощью методик лингвсемантического анализа было установлено, что глава республики в своих записях проявил интерес к темам семьи, работы, образования, культуры, здоровья, досуга. Действия пользователей на странице Гапликова ограничены, поэтому аудитория главы республики репостит его записи: было сделано 183 перепечатки автора, в этом приняли участие 123 пользователя, при этом с двумя пользователями Гапликов общается по принципу взаимности.

В результате отмечаем, что С. Гапликов проявляет высокую активность в социальной сети «ВКонтакте», имеет скромную аудиторию, не сегментирует ее, добавляя большинство пользователей в друзья, а не в подписчики. При этом Гапликов ограничивает возможность комментировать его записи, а также направлять личные сообщения. Аудитория вовлекается с целью осуществления перепечаток его записей. Тем не менее, глава Коми отметил несколькими комментариями, что также демонстрирует его вовлеченность.

Алексей Дюмин (губернатор Тульской области) <https://gubernator.tularegion.ru/>. Среди регионов, которые по оценке эффективности заняли лидирующие позиции фигурирует Тульская область. При этом у губернатора А. Дюмина страниц в социальных сетях нет. Онлайн-взаимодействие с главой региона пользователям Интернета предлагается осуществлять посредством персонального сайта, где в значительном объеме представлены свежие материалы, посвященные активности губернатора. Интерактивный раздел сайта «Написать письмо» состоит из массивного описания

правил обращения к Правительству Тульской области и последующей электронной формой заполнения заявки в электронной приемной. Кроме того, сайт губернатора содержит ссылки на социальные сети, блоги и канал «YouTube», при переходе по которым открываются аккаунты и сообщества, относящиеся к деятельности исполнительной власти Тульской области, однако не персонализированные и не посвященные непосредственной активности губернатора.

Среди тех, кто замыкает рейтинг по выполнению КРП, выделяют также глав Еврейской автономной области (У А. Левин-таля), и Камчатского края (В. Илюхина), у которых аккаунтов в социальных сетях также нет.

В рамках анализа отметим, что возглавляемый (до 12.12.2019) А. Левин-талем регион по уровню доверия к губернатору занимает стабильно низкие позиции. Согласно проведенным социологическим исследованиям, обсуждение которых происходило в мае 2019 года, наибольшее количество жителей Еврейской автономной области высказалось за смену губернатора – область вошла в десятку регионов с максимальным запросом на смену главы.

В. Илюхин, губернатор Камчатского края, в июле 2019 года заявил, что планирует завести аккаунт в социальных сетях и лично принимать участие в ведении страниц. В СМИ распространились слова В. Илюхина о том, что он человек увлекающийся и ему будет непросто сдержаться в жарких спорах с оппонентами, разварачивающихся в социальных сетях. Тем не менее, глава региона признал, что возможности взаимодействия с гражданами используются не в полной мере, а страницы в социальных сетях позволят улучшить ситуацию, в связи с чем он рассматривает этот шаг как необходимый и позитивный. В социальной сети «ВКонтакте» уже появилась страница губернатора В. Илюхина – <https://vk.com/kamgubernator> – но помимо даты рождения она не содержит другой информации (на момент января 2020 г.).

Таблица 1
Информация об аккаунтах глав регионов в социальной сети «ВКонтакте»
Table 1
Information about regional heads' accounts in the social network "VKontakte"

ФИО	Регион	Информация о странице			
		Ссылка	Кол-во друзей	Кол-во подписчиков	Доступ к комментированию/сообщениям
Р. Кадыров	Чеченская республика	https://vk.com/ramzan	19	644 тыс.	да/нет
Р. Старовойт	Курская область	https://vk.com/gubernator46	скрыты	36 тыс.	да/да
Р. Хабиров	республика Башкортостан	https://vk.com/radiyhabirov	скрыты	159 тыс.	да/нет
И. Орлов	Архангельская область	https://vk.com/igororlov_29	скрыты	10 тыс.	нет/нет
С. Гапликов	республика Коми	https://vk.com/gaplikovkomi	6407	124	нет/нет
В. Илюхин	Камчатский край	https://vk.com/kamgubernator	скрыты	55	нет/да

Таблица 2
Информация об активности аккаунтов глав регионов и других пользователей на их страницах в социальной сети «ВКонтакте»

Table 2
Information about the activity of accounts of heads of regions and other users on their pages in the social network "VKontakte"

ФИО	Регион	Информация об активности аккаунта и других пользователей на его странице				
		Его активность	Действия над ним	Пишут ему	Пишет он	Взаимно
Р. Кадыров	Чеченская республика	31 пост	1240 комментариев, 202 репоста	626	0	0
Р. Старовойт	Курская область	1 пост, 1 комментарий	719 комментариев, 62 репоста	288	0	0
Р. Хабиров	республика Башкортостан	12 постов	4298 комментариев, 624 репоста	2227	0	0
И. Орлов	Архангельская область	6 постов	24 репоста	20	0	0
С. Гапликов	республика Коми	23 поста, 5 репостов	183 репоста	123	2	2
В. Илюхин	Камчатский край	отсутствует	отсутствует	0	0	0

Следующим этапом исследования стала оценка вовлеченности аудитории каждого губернатора в политическую активность в Интернете (Таблица 3). Для оценки использован коэффициент вовлеченности аудитории (англ. Engagement Rate), применяемый в области анализа социальных медиа. В наиболее

общем виде формула расчета коэффициента выглядит так: реакция аудитории (в нашем случае комментарии и репосты) поделенная на объем аудитории (сумму друзей и подписчиков). Для анализа вовлеченности аудитории рассматриваемых страниц глав регионов данная простейшая формула представляется наиболее подходящей.

Таблица 3

Рейтинг вовлеченности аудитории аккаунтов глав регионов в социальной сети «ВКонтакте»

Table 3

Audience engagement rating for regional heads' accounts in the social network "VKontakte"

ФИО	Регион	Коэффициент вовлеченности аудитории (действия над ним/кол-во друзей+подписчиков)
Р. Хабиров	р. Башкортостан	3,096%
С. Гапликов	р. Коми	2,802%
Р. Старовойт	Курская обл.	2,169%
И. Орлов	Архангельская обл.	0,240%
Р. Кадыров	Чеченская р.	0,224%
В. Илюхин	Камчатский кр.	0,000%

Согласно расчетам, наиболее вовлеченной можно назвать аудиторию главы Республики Башкортостан, Р. Хабирова, коэффициент вовлеченности аудитории которого превысил 3%. Высокие показатели зафиксированы у С. Гапликова и Р. Старовойта – более 2%. У Р. Кадырова, лидера по показателям, исследуемым ранее, коэффициент вовлеченности невысокий. Однако не следует упускать из виду номинальных значений, так, например, коэффициент вовлеченности аудитории Р.Кадырова размывается из-за значительного объема аудитории (644 тыс. подписчиков). С.Гапликов попал в топ-3 из-за незначительного количества подписчиков и друзей, однако его положение в этом списке демонстрирует возможный потенциал для дальнейшего продвижения аккаунтов в социальных сетях.

Таким образом, в результате анализа было выявлено, что активность губернатора в социальных сетях оказывает влияние на показатель доверия к нему населения. С помощью системы многофакторного анализа социальных медиа «Крибрум» мы определили, что посты у ряда руководителей регионов (Р. Кадыров,

Р. Хабиров, Р. Старовойт) публикуются активно с равными интервалами. Граждане видят, что руководители на своих страницах пишут посты о работе всех служб региона, отвечают на вопросы граждан, вовлекают их в совместный поиск решений проблем региона, что способствует повышению взаимопонимания граждан и глав регионов.

У аутсайдеров нашего рейтинга (И. Орлов, С. Гапликов, В. Илюхин) аккаунтов в социальных сетях нет, либо они ведутся нерегулярно и не активно. Кроме того, перечисленные главы регионов неадекватно реагируют на комментарии граждан в интернете, относятся враждебно к критике в свой адрес. В результате это порождает волну негатива, которая закрывает и позитивные черты, таким образом, формируется образ руководителя, которому безразличны проблемы жителей.

В современных условиях, когда федеральная власть признает важность социальных сетей, учитывает открытость и популярность региональной власти среди населения, тенденция к активизации работы с гражданами в виртуальных сетях будет только возрастать.

Заключение (Conclusion). Использование социальных медиа в целях государственного управления в настоящее время – необходимость, которую диктует информационное общество. Выход в онлайн-пространство является закономерным этапом развития публичного политического процесса. Уже сегодня предпринимаются попытки по адаптации различных методов и подходов к использованию социальных медиа в качестве инструмента государственного управления.

Проведенное исследование доказало, что социальные сети наряду с традиционными каналами взаимодействия, являются новым важным инструментом коммуникации общества и власти. Игнорирование социальных сетей или их неумелое использование крайне негативно сказывается на уровне доверия населения к представителям государственной власти, а также на их карьере. Этот вывод нашел подтверждение на практике: главы регионов, попавшие в аутсайдеры нашего рейтинга, через полгода покинули свои посты. 2 апреля 2020 г. И. Орлов, глава Архангельской области и С. Гапликов, глава республики Коми объявили об уходе со своих постов. На следующий день пост губернатора Камчатского края покинул В. Илюхин¹ (Коммерсантъ, 2020). Уход в отставку глав регионов с низким рейтингом был вызван совокупностью причин, однако наше предположение о том, что на доверие населения к губернатору влияет его деятельность в социальных сетях, подтверждается. Таким образом, социальные сети могут являться инструментом оценки эффективности деятельности представителей государственной власти.

Возможности, которыми обладают социальные сети как канал взаимодействия власти с гражданами, чрезвычайно широки. Географическая маркировка сообщений, интеграция городских сервисов услуг,

категоризация сообщений по темам в соответствии с международными стандартами, идентификация информационных угроз – это примеры аспектов, которые могут быть полезными для целей государственного управления. Отдельное внимание сегодня уделяется решениям, основанным на методе мониторинга с последующей надстройкой различных технических возможностей. Такие разработки могут использоваться не только для оценки активности граждан в социальных медиа, но и для повышения эффективности работы самих политиков на своих персональных страницах и сайтах.

Таким образом, социальные сети представляют собой серьезный потенциал для политиков с точки зрения взаимодействия со своим электоратом, предоставления государственных услуг, принятия и корректировки политических решений. Недооценка этого инструмента несет опасность отстать от темпов технологического прогресса и разорвать связь между поколением «цифровых иммигрантов» и «цифровых аборигенов».

Список литературы

Губанов А. В., Зотов В. В. Социальные сети как новый инструмент государственного и муниципального управления в Российской Федерации // Коммуникология. 2017. Т. 5, № 4. С. 83-92.

Дмитриева Н. Е. Для связи в сети: результаты мониторинга открытости федеральных органов исполнительной власти в социальных сетях // Вопросы государственного и муниципального управления. 2015. № 2. С. 123-146.

Захаров В. М., Филимонова Г. А. Оценка профессиональной деятельности государственных гражданских служащих в Белгородской области с использованием социальных сетей // ARS ADMINISTRANDI. 2014. № 4. С. 29-36.

Крыштановская О. В. Бесконтактная социология: новые формы исследований в цифровую эпоху // Цифровая социология. 2018. № 1.

¹ Баширов Б. В. В «Инцидент-менеджмент» чаще всего жалуются на дороги, 29 января 2020. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4234804> (дата обращения: 16.03.2020).

Лебедев П. Цифровая эпоха. Затерянные в соцсетях, 2018. URL: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2019-01/lebedev_socseti.pdf (дата обращения: 16.01.2019)

Цифровая экономика: 2019: краткий статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг. М.: НИУ ВШЭ, 2019.

Шестакова И. Г. Новая темпоральность цифровой цивилизации: будущее уже наступило // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2019. № 2. С. 20-29.

Щекина И. А. Блоги губернаторов: Коммуникативные возможности и имиджевые риски // Вестник ВГУ. 2015. № 3.

Andrews M. Good Government Means Different Things in Different Countries // *An International Journal of Policy, Administration, and Institutions*. 2010. Vol. 23. № 1.

Bencke L., Cechinel C., Munoz R. Automated classification of social network messages into Smart Cities dimensions // *Future Generation Computer Systems*. 2020.

Mergel I. A framework for interpreting social media interactions in the public sector // *Government Information Quarterly* 30. 2013. P. 327-334.

Molinillo S. et al. Smart city communication via social media: Analysing residents' and visitors' engagement // *Cities*. 2019. Vol. 94. P. 247-255.

Prensky M. Digital natives, digital immigrants // *On the horizon*. 2001. Vol. 9, № 5.

Reale G. Opportunities and differences of open government data policies in Europe // *Athens journal of social sciences*. 2014. Vol. 1, № 3. P. 195-206.

References

Gubanov, A. V. and Zotov, V. V. (2017), "Social networks as a new tool of state and municipal government in the Russian Federation", *Kommunikologiya*, 5 (4), 83-92. (In Russian).

Dmitrieva, N. E. (2015), "For online communication: results of monitoring of the openness of Federal executive bodies on social networks", *Voprosy gosudarstvennogo i municipalnogo upravleniya*, (2), 123-146. (In Russian).

Zakharov, V. M. and Filimonova, G. A. (2014), "Assessment of the professional activities of civil servants in the Belgorod region using social

networks", *ARS ADMINISTRANDI*, (4), 29-36. (In Russian).

Kryshstanovskaya, O. V. (2018), "Contactless Sociology: New Forms of Research in the Digital Age", *Cifrovaja sociologija*, (1). (In Russian).

Lebedev, P. (2018), *The digital age. Lost in social networks*, [Online], available at: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2019-01/lebedev_socseti.pdf (Accessed 16 January 2020). (In Russian).

Tsifrovaya ekonomika: 2019: kratkiy statisticheskiy sbornik (2019), HSE, Moscow, Russia. (In Russian).

Shestakova, I. G. (2019), "The new temporality of digital civilization: the future is now", *Nauchno-tekhnicheskie vedomosti SPbGPU. Gumanitarnye obshchestvennye nauki*, (2), 20-29. (In Russian).

Shchekina, I. A. (2015), "Governors' Blogs: Communication Opportunities and Image Risks", *Vestnik VGU*, (3). (In Russian).

Andrews, M. (2010), "Good Government Means Different Things in Different Countries", *An International Journal of Policy, Administration, and Institutions*, 23 (1).

Bencke, L., Cechinel, C., and Munoz, R. (2020), "Automated classification of social network messages into Smart Cities dimensions", *Future Generation Computer Systems*.

Mergel, I. (2013), "A framework for interpreting social media interactions in the public sector", *Government Information Quarterly*, 327-334.

Molinillo, S. (2019), "Smart city communication via social media: Analysing residents and visitors engagement", *Cities*, 94, 247-255.

Prensky, M. (2001), "Digital natives, digital immigrants", *On the horizon*, 9 (5).

Reale, G. (2014), "Opportunities and differences of open government data policies in Europe", *Athens journal of social sciences*, 1 (3), 195-206.

Конфликты интересов: у авторов нет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interest to declare.

Зимова Наталья Сергеевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры социального конструирования Московского

государственного университета имени М. В. Ломоносова.

Фомин Егор Васильевич, научный сотрудник кафедры цифровой социологии Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.

Смагина Александра Андреевна, аналитик АО «Крибрум».

Natalya S. Zimova, PhD in Sociology, Associate Professor, Department of Social Engineering, Lomonosov Moscow State University.

Yegor V. Fomin, Researcher, Department of Digital Sociology, Lomonosov Moscow State University.

Alexandra A. Smagina, analyst JSC «Kribrum».