

Научная статья

<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2024-12-6>

УДК 316



Attribution

cc by

## ПРАКТИКА ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ АДЫГЕЯ ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

*Гордышов М.С.*

*Пресс-служба Главы Республики Адыгея*

**Аннотация.** В статье проводится анализ практики выстраивания коммуникации и общественно-политических связей посредством социальных сетей. Эффективность диалога власти и общества является основополагающим фактором при формировании имиджа региональных органов исполнительной власти. Методология исследования включает в себя общенаучные методы анализа и синтеза, а также метод количественного социологического исследования. Анализ проблемы позволяет выявить, что важной составляющей конструктивного диалога между жителями региона и исполнительной властью является использование интернета, в частности, социальных сетей и мессенджеров. Несмотря на все положительные стороны использования властью интернета, и, в частности, социальных сетей, сегодня они позволяют в оперативном режиме распространять недостоверную и ложную информацию с целью манипулирования общественным сознанием, организацией политических провокаций, созданием информационных угроз и рисков. Пользователи социальных сетей претендуют на получение достоверных и проверенных материалов из официальных источников. В результате проведенного исследования выявлено, что качественное и системное ведение аккаунтов в социальных сетях органов государственной власти будет способствовать наполнению информационного трафика достоверной информацией, своевременному решению проблем, а также максимальному удовлетворению индивидуальных политических информационных потребностей, что может привести к конструированию положительного имиджа правительства Республики Адыгея.

**Ключевые слова:** социальные сети, интернет, имидж, власть, общество, коммуникация, имидж органов исполнительной власти, региональные органы исполнительной власти, Республика Адыгея.

## THE PRACTICE OF CREATING A POSITIVE IMAGE OF THE EXECUTIVE AUTHORITIES OF THE REPUBLIC OF ADYGHEYA THROUGH SOCIAL MEDIA

*Maxim S. Gordyshov*

*Press Service of the Head of the Republic of Adygheya*

**Abstract.** The article analyzes the practice of communication and socio-political relations through social media. The effectiveness of dialogue between government and society is crucial in shaping the image of regional authorities. The research methodology includes general scientific methods of analysis and synthesis, as well as quantitative sociological methods. The analysis reveals that an essential component of constructive dialogue between residents and authorities is the use of the internet, particularly social media and messengers. While the internet has many benefits for communication and information sharing, it also allows for the spread of unreliable and fake news, which can manipulate public opinion and create information threats. Users of social media should be able to access reliable and verified content from official sources. The study found that maintaining high-quality accounts on social media platforms for public authorities can help fill information gaps with reliable information, solve problems in a timely manner, and meet individual political information needs. This can lead to a positive image for the government of the Republic of Adygheya.

**Keywords:** social media, internet, image, government, society, communication, executive authorities, regional executive authorities, Republic of Adygheya.

**Введение.**

В эпоху развития цифровых площадок для коммуникации и развлечений каждый второй жи-

тель России пользуется интернетом и социальными сетями каждый день. Об этом свидетельствуют результаты исследования, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения, согласно которым, количество россиян, пользующихся на ежедневной основе социальными сетями и мессенджерами, составляет 86% [1].

Несмотря на широкий перечень средств для налаживания контакта с населением, которые предлагает цифровизация, использование традиционных форм общения с обществом остается обязательным.

К традиционным формам относятся:

- регулярные личные встречи представителей региональных органов исполнительной власти (РОИВ) России с жителями регионов;
- проведение прямых эфиров на телевидении;
- открытие «горячих линий» по отдельным, особо острым вопросам;
- публикация новостей и аналитических материалов в печатных СМИ;
- эфиры на радио;
- проведение пресс-конференций, брифингов и круглых столов;
- размещение справочных материалов на информационных стендах.

В Республике Адыгея органы исполнительной власти наравне с традиционными формами коммуникации с жителями региона используют инновационные – социальные сети и мессенджеры.

Системная работа с медиаполем региона и непрерывный информационный поток, отражающий реальные действия власти, поможет

РОИВ создать стабильный прямой диалог с населением, заручиться поддержкой жителей и повысить уровень их доверия к институту власти. Одним из основных инструментов являются социальные медиа [2].

Особое внимание в процессе формирования имиджа органов исполнительной власти региона в рамках практики следует уделять обратной связи основных должностных лиц субъектов Российской Федерации в социальных сетях. Это также обусловлено Федеральным Законом о Госаппликах №270-ФЗ от 14.07.2022 [3].

#### Результаты.

В рамках написания данной статьи было проведено социологическое исследование среди жителей Республики Адыгея на тему предпочитаемых гражданами источников информации о деятельности региональных органов власти. Результаты социологического опроса указывают на то, что население республики для данных целей активно использует интернет, получая новости и аналитику из электронных средств массовой информации, социальных сетей и мессенджеров, блогов, видеохостингов и форумов, а также официального сайта органов исполнительной власти Адыгеи. Следует отметить, что кроме предложенных вариантов ответа, респондентам было предложено вписать свой вариант. Ответы, не вошедшие в основную статистику, выглядят следующим образом: «вижу своими глазами», «по личным наблюдениям», «из судебной практики». Данные ответы нами не были засчитаны, так как относятся к поставленному вопросу лишь косвенно, и не отвечают на него. Результаты опроса распределились следующим образом (Рис. 1).



Рис. 1. По Вашему мнению, необходимо ли органам исполнительной власти Республики Адыгея заниматься формированием собственного имиджа?

Имидж региональных органов исполнительной власти должен формироваться системно и

непрерывно в рамках согласованной стратегии во взаимодействии и с учетом потребностей населения региона. В данной связи, считаем недостаточным применение лишь PR-технологий, методов и инструментов формирования имиджа. Основным имиджеобразующим фактором, по нашему мнению, должна выступать «практика реальных дел» – активное участие власти в социально-бытовой жизни населения региона, решение проблем различных категорий граждан. Исполнительная власть напрямую заинтересована в стабильном сотрудничестве с населением собственного субъекта, но взаимодействие такого формата осуществляется недостаточно часто.

Согласно представлениям жителей республики, в целях формирования положительного

имиджа, РОИВ должны, в первую очередь, действовать в интересах населения региона. Среди факторов, которые имеют позитивное влияние на имидж органов исполнительной власти Адыгеи, респонденты чаще всего выделяют своевременное решение проблем жителей (74%); готовность к прямому диалогу с населением посредством встреч, личных приемов граждан, прямых эфиров и общения в социальных сетях (62%); профессиональное отношение госслужащих к должностным обязанностям (61%). В средней степени для респондентов важна активная вовлеченность РОИВ в социально-бытовую жизнь населения (43%); обеспечение эффективности и системности функционирования органов власти, подведомственных им госучреждений (34%); активная работа в социальных сетях (28%). (Рис. 2).

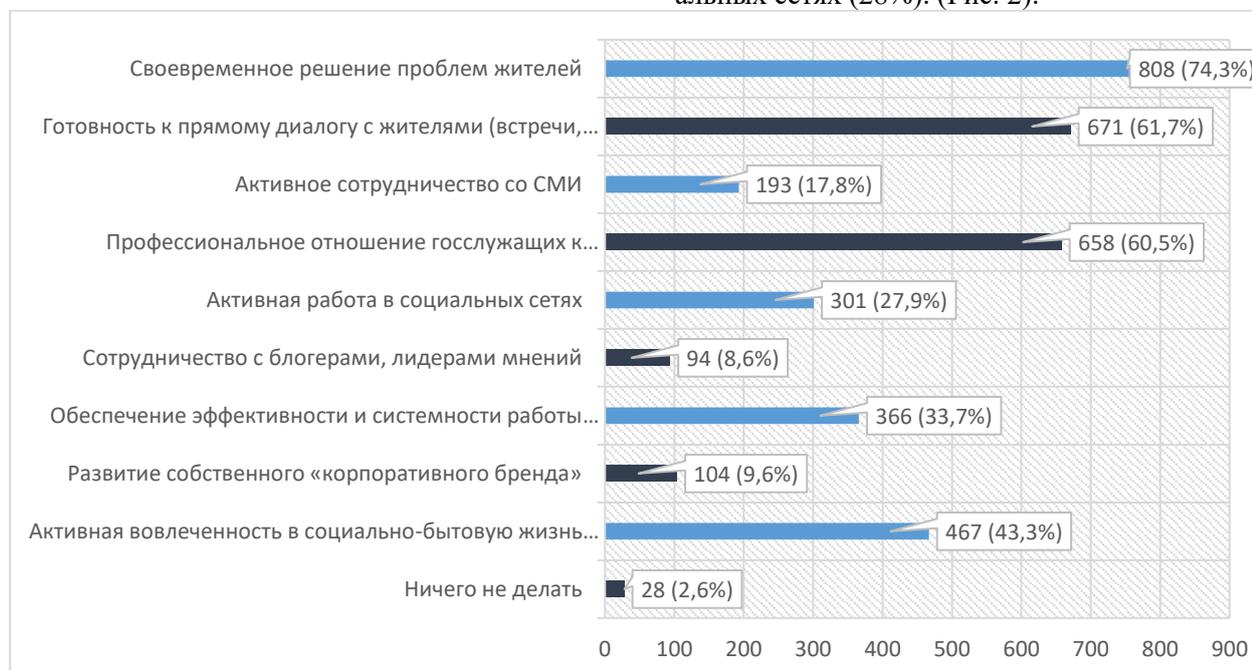


Рис. 2. Что, по Вашему мнению, может помочь органам исполнительной власти Республики Адыгея формировать и поддерживать собственный положительный имидж?

Таким образом, результаты социологического опроса указывают на существующий в обществе Республики Адыгея запрос на выстраивание качественного и постоянного диалога между жителями и региональными органами исполнительной власти в целях обсуждения и совместного решения насущных проблем, улучшения качества жизни и комфортной среды.

В рамках ведения сообществ и личных страниц в отечественных социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники», органы власти и другие государственные учреждения региона обязаны вести диалог с жителями, реагировать на их обращения и просьбы. Активная обратная

связь и прямой диалог с населением является имиджеобразующим фактором, помогает повысить «лояльность» аудитории и уровень доверия жителей к власти. Реализация предложенной практики может быть эффективной при ее внедрении в единую стратегию формирования имиджа региональных органов исполнительной власти.

Населению Республики Адыгея было предложено самостоятельно выделить факторы, которые, по их мнению, больше всего влияют на формирование положительного и отрицательного имиджа органов исполнительной власти региона.

С точки зрения жителей Адыгеи, негативное влияние на имидж республиканских органов исполнительной власти чаще всего влияет отсутствие диалога с населением (10,9%); негативные публикации о власти и республике в социальных сетях (10,1%); дистанцированность от жителей, недостаточное количество личных встреч и приемов граждан (9,7%); коррупционные скандалы (5,1%);

отсутствие, недостаточный объем информации о деятельности РОИВ (6,8%); закрытость власти (6,3%); несвоевременное решение проблем жителей (5,9%); стремительный рост цен (5,9%); некомпетентность госслужащих (5,1%); полное бездействие власти (2,6%); отсутствие преемственности, большой процент старых кадров в РОИВ (3,8%) (Рис. 3).



Рис. 3. Какие факторы, на Ваш взгляд, больше всего влияют на формирование положительного имиджа органов исполнительной власти Республики Адыгея? [5].

Полученные результаты анкетирования позволяют сделать вывод о том, что органам исполнительной власти Адыгеи наравне с реализацией крупных экономических и инвестиционных проектов следует уделять больше внимания развитию социальной сферы, выстраиванию диалога с населением, укреплением доверия к институту власти региона, реформированию и модернизации собственной работы, деятельности государственных учреждений.

В этой связи, особый интерес вызывает мнение населения республики относительно факторов, влияющих на формирование положительного имиджа органов исполнительной власти Адыгеи. Чаще всего, респонденты отмечали взаимодействие с населением (10,2%); развитие республики

(7,5%); оперативное решение проблем жителей (7,2%); отсутствие коррупции в органах власти (6,77%); имидж Главы Адыгеи (6,4%); активная работа власти в социальных сетях (6,4%); качественная обратная связь с населением (6,1%); личные встречи с Главой Адыгеи (5,3%); открытость власти (5,3%); развитие социальной инфраструктуры (4,9%); развитие туризма (4,5%); искренность и компетентность республиканских государственных служащих (4,5%); сохранение культуры Адыгеи (4,5%). На необходимость искоренения бюрократии указывают 3,4% населения региона. Столько же респондентов указывают на помощь старикам и малоимущим (3,4%) (Рис. 4).

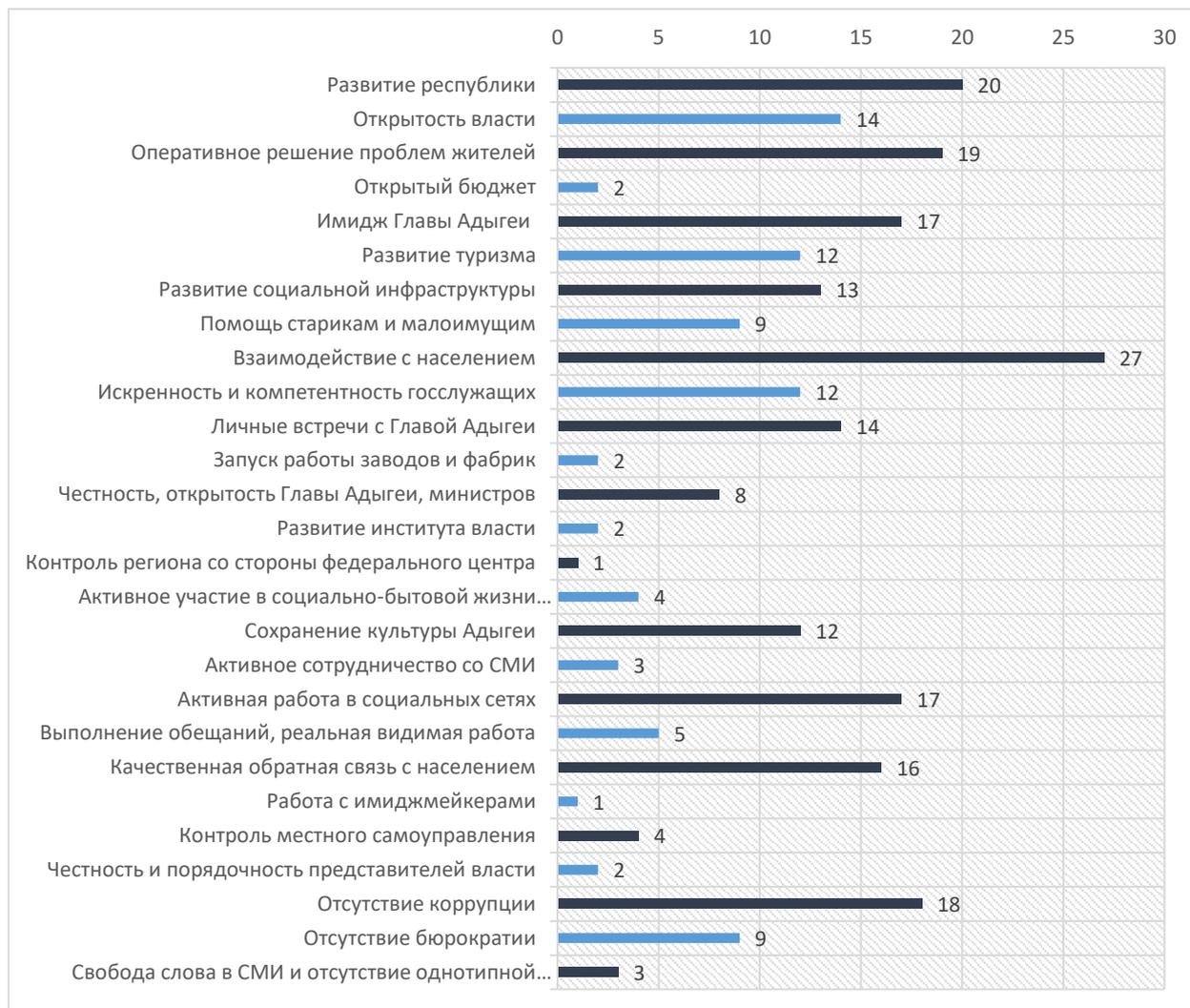


Рис. 4. Какие факторы, на Ваш взгляд, больше всего влияют на формирование положительного имиджа органов исполнительной власти Республики Адыгея?[6].

Иными словами, ответы на вопрос о факторах, в первую очередь влияющих на формирование положительного имиджа органов исполнительной власти Республики Адыгея связаны у её жителей с гармоничным развитием региона и выстраиванием доверительных отношений с РОИВ. Особо заметен запрос среди населения на позитивный образ руководителя региона, его личный вклад в решение социально-бытовых проблем население. Данные факторы можно связать с годами выстраиваемым имиджем Мурата Кумпилова – молодого и энергичного лидера, компетентного и справедливого руководителя, который не оставляет без внимания обращения граждан, поступающих как на личных приемах, так и посредством «прямой линии» на телевидении, в социальных сетях.

На основании результатов анализа факторов, положительно или отрицательно влияющих на

имидж органов исполнительной власти Республики Адыгея, можно выделить практику формирования позитивного образа РОИВ посредством социальных сетей. Посредством интернет-технологий и таких сервисов, как социальные медиа, можно удовлетворить запрос населения на открытость власти, частое взаимодействие с ней; своевременное решение проблем жителей; открытость, разнообразие и полноту информации; активную работу власти в социальных сетях, сотрудничество со средствами массовой информации; прямой диалог власти и жителей. Данная деятельность уже ведется в органах власти региона и подведомственных им организациях в рамках закона о государственных публичках. Но существующий формат работы и невысокая компетентность представителей РОИВ в части ведения социальных сетей затрудняет процесс коммуникации.

**Заключение.**

Образ региональных органов исполнительной власти создается из набора компонентов, которые должны быть заключены в консолидированную стратегию формирования имиджа РОИВ.

Среди компонентов, выявленных в рамках исследования, выделены:

- доверие к власти;
- вовлеченность в социально-бытовую жизнь;
- транспарентность;
- компетентность и профессионализм государственных служащих;
- оперативность в решении социальных проблем [4].

Учитывая, что практически каждый житель Республики Адыгея пользуется социальными сетями, данная интернет-площадка становится не

только местом для общения и получения информации, но и пространством для формирования общественного мнения. В связи с этим, а также, согласно результатам проведенного исследования, социальные сети становятся эффективной площадкой для выстраивания взаимоотношений между властью и обществом, местом, для формирования и укрепления позитивного имиджа РОИВ.

Для успешного применения потенциала данного интернет-пространства, органам исполнительной власти республики следует иметь продуманную и проработанную стратегию позиционирования в социальных сетях.

#### Конфликт интересов

Не указан.

#### Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

#### Conflict of Interest

None declared.

#### Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

#### Литература:

1. *Социальные сети и мессенджеры: вовлеченность и предпочтения* / [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnye-seti-i-messendzhery-vovlechnost-i-predpochtenija> (дата обращения: 10.11.2023).
2. Кумпилов Т. М. *Имидж республики Адыгеи в коллективных представлениях пользователей социальных сетей* // Гуманитарий Юга России. 2020. №3. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-respubliki-adygei-v-kollektivnyh-predstavleniyah-polzovateley-sotsialnyh-setey> (дата обращения: 08.03.2023).
3. *Федеральный закон от 14.07.2022 № 270-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»* // Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202207140024> (дата обращения 12.02.2023).
4. Гордышов М. С. *Конструирование имиджа региональных органов исполнительной власти в условиях современных вызовов* // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология». 2023. Вып. 1 (314). С. 68-75.
5. *Вопрос предполагает несколько вариантов ответов. Распределения даны в процентах от количества анкет, в связи с чем суммарные значения выше 100%.*
6. *Вопрос предполагает несколько вариантов ответов. Распределения даны в процентах от количества анкет, в связи с чем суммарные значения выше 100%.*

#### References:

1. *Social networks and messengers: engagement and preferences* / [Electronic resource] // VCIOM. Access mode: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnye-seti-i-messendzhery-vovlechnost-i-predpochtenija> (date of application: 10.11.2023).
2. Kumpilov T. M. *The image of the Republic of Adygea in the collective representations of users of social networks* // Humanities of the South of Russia. 2020. No.3. Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-respubliki-adygei-v-kollektivnyh-predstavleniyah-polzovateley-sotsialnyh-setey> (date of application: 03.08.2023).

3. *Federal Law No. 270-FZ dated 07/14/2022 "On Amendments to the Federal Law "On Ensuring Access to Information on the Activities of State Bodies and Local Self-government bodies" // Official Internet Portal of Legal Information [Electronic resource]. – Access mode: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202207140024> (accessed 12.02.2023).*

4. *Gordyshov M. S. Constructing the image of regional executive authorities in the context of modern challenges // Bulletin of the Adygea State University. The series "Regional Studies: philosophy, history, sociology, jurisprudence, political science, cultural studies". 2023. Issue 1 (314). pp. 68-75.*

5. *The question has several possible answers. The distributions are given as a percentage of the number of questionnaires, and therefore the total values are higher than 100%.*

6. *The question has several possible answers. The distributions are given as a percentage of the number of questionnaires, and therefore the total values are higher than 100%.*

**Информация об авторе:**

**Гордышов Максим Сергеевич**, соискатель ученой степени кандидата наук кафедры философии и социологии Адыгейского государственного университета. Пресс-служба Главы Республики Адыгея. 3Gordyshovglobal@mail.ru

**Maxim S. Gordymov**, Candidate of Science degree Candidate of the Department of Philosophy and Sociology of the Adygea State University. Press Service of the Head of the Republic of Adygea.