

---

# ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА И УПРАВЛЕНИЕ В РОССИИ: ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

---

УДК 342.5:002  
ББК 67.400.6+76.0

DOI 10.22394/1682-2358-2022-3-93-105

**Р.А. Купин**, *post-graduate student of the Political Sciences Department, Povolzhsky Institute of Management named after P.A. Stolypin, Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration*

## INFORMATION SUPPORT OF LOCAL SELF- GOVERNMENT IN SOCIAL NETWORKS (By the Example of the Republics of the North Caucasus)

The effectiveness of information support for the activities of municipal authorities in the republics of the North Caucasus is analyzed. The author implements the methodology of information audit of official pages in various social public sites of republican metropolitan municipalities.

*Key words and word-combinations:* local self-government, information environment, republics of the North Caucasus.

**Р.А. Купин**, *аспирант кафедры политических наук Поволжского института управления имени П.А. Столыпина — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (email: 1101911@mail.ru)*

## ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (на примере республик Северного Кавказа)

*Аннотация.* Анализируется эффективность информационного сопровождения деятельности органов муниципальной власти в республиках Северного Кавказа. Автор реализует методику информационного аудита официальных страниц в различных социальных пабликах республиканских столичных муниципалитетов.

*Ключевые слова и словосочетания:* местное самоуправление, информационная среда, республики Северного Кавказа.

Работа муниципальной власти прежде всего связана с обработкой большого количества информации разного формата. Современные интернет-технологии позволяют осуществлять основную деятельность, связанную с обработкой

информации, в кратчайшие сроки без излишней бюрократии. В случае рационального использования информационно-коммуникативных технологий качество и эффективность работы органов муниципального управления значительно повышается. Этому способствуют новые возможности мгновенной передачи информации, ее удобное хранение и возможность проведения анализа большого количества данных. В этих условиях значительно сокращаются сроки принятия управленческих решений и повышается качество политико-управленческой деятельности в целом [1].

Рассматривая работу органов местного самоуправления, важно подчеркнуть оптимизацию коммуникаций в информационной сфере. Она представляет собой комплекс мер, способствующих улучшению качества информационного сопровождения, делая его более удобным для пользователей Интернета. Ю.Д. Романова отмечает, что среди общих требований важную роль играет визуальная привлекательность, функциональность, безопасность, открытость, возможность осуществлять обратную связь [2]. Необходимо отметить, что интерактивная форма коммуникации власти и общества пока только начинает развиваться в нашей стране. Особенно это относится к региональному уровню, где примеры применения технологий второго поколения в сфере управления достаточно редки.

Анализ современной литературы, посвященной сетевым информационным коммуникациям, позволяет сделать вывод о том, что все более актуальным становится внедрение в практику государственного и муниципального управления технологий электронного участия последнего поколения Web 2.0. Данный термин, введенный Тимом О'Рейлли [3], обозначает в веб-дизайне совместную работу пользователей в рамках социальных сервисов, способную породить самостоятельный контент. Речь идет о сайтах, на которых онлайн-контент (внутреннее наполнение сайта) создается и управляется самими пользователями. Система Web 2.0, пришедшая на смену старым технологиям Web 1.0, включает в себя проекты и сервисы, активно развиваемые и улучшаемые самими пользователями: блоги, социальные сети, социальные закладки, онлайн-игры, форумы, сообщества, группы, комментарии, чаты.

Преимущество сервисов Web 2.0 заключается также в том, что они дают пользователям возможность одновременного и совместного использования документов — можно создавать, изменять, удалять информацию, доступную для общего пользования. На Западе исследователи пришли к выводу о возможности использования технологий Web 2.0 в управлении обществом. По мнению ряда ученых, внедрение технологий второго поколения в процесс управления позволит повы-

сильно повысить его эффективность и прозрачность, сделать возможным обратную связь в коммуникации «власть — общество», будет способствовать формированию или дальнейшему развитию партисипаторной демократии [4—7]. Система управления при помощи электронных технологий Web 2.0 получила в западной литературе название «Стратегия OpenGovernment» или «Электронное правительство 2.0». Она включает в себя максимальное привлечение граждан к обсуждению государственных проектов и решений.

В условиях российской политической системы использование инновационных интернет-технологий встречается с рядом препятствий, прежде всего связанных с технологическим обеспечением. При этом особую роль и значимость приобретает политическая коммуникация, реализуемая с помощью социальных сетей и блогов органов местного самоуправления и представителей муниципальной власти, более соответствующих потребностям коммуникации нового формата в контексте перехода к использованию технологий web 2.0. В современном пространстве политической коммуникации блоги органов местного самоуправления и аккаунты представителей муниципальной власти в социальных сетях позволяют реализовывать информационное обеспечение местного самоуправления в объеме и охвате интернет-аудитории, который не доступен классическим формам взаимодействия, представленным вне рамок виртуальной коммуникации.

Главным достоинством подобных технологий является интерактивность, которая за счет своей развитой технической составляющей обеспечивает наилучшие условия для эффективной, быстрой и качественной обратной связи между властью и обществом. Блог является своего рода сайтом, который содержит в себе регулярно обновляемые мультимедийные материалы в виде текста или изображения [8, с. 127]. Он характеризуется публичностью, наличием постоянных читателей или подписчиков, которые могут оставлять собственные комментарии относительно содержания публикуемой в блоге информации. Так складывается публичный виртуальный диалог, имеющий характер двусторонней коммуникации и обеспечивающий обратную связь.

Кроме открытости и публичности, которая достигается специальными техническими средствами или финансовыми затратами, блог характеризуется неограниченностью публикуемого объема информации, а также вариативностью форм коммуникации. Одной из его важных отличительных черт является персонификация — прямая связь блога с личностью автора публикуемой информации. Ряд исследований выявили тенденцию к позитивной оценке информации, публикуемой в блоге от имени автора, как реального человека или группы лиц, которые

обладают определенной независимостью при публикации собственного контента. Размещенная таким образом информация способна вызвать высокий уровень доверия у аудитории блогера. Именно блоги раскрывают потенциал публичной сферы: граждане могут участвовать в полностью открытых дебатах при полном доступе к информации [9, с. 80].

Кроме того, многие специалисты отмечают перспективность использования социальных сетей во взаимодействии власти и общества. Так, С.Г. Ушкин определяет ряд институциональных признаков социальных сетей: нормы и предписания, регулирующие коммуникацию, которые могут быть выражены в виде одобрений или неодобрений информации (лайк, репост, дизлайк, бан, блокировка и т.п.); формирование иерархического интернет-взаимодействия, выраженного в наличии относительно формальных отношений коммуникации и системы статусов и ролей [10, с. 101].

Прослеживается наличие влияния социальных сетей на формирование общественного мнения. Кроме того, социальные сети обладают интегративной функцией, объединяя жителей для решения проблем, становясь таким образом и новой площадкой для политического взаимодействия. Согласно последним данным социальными сетями в России сегодня пользуется каждая семья. Большинство российских пользователей Интернета ведут активную социальную жизнь в сети [11]. Из этого следует, что социальные сети увеличивают свою эффективность и могут быть использованы как новая коммуникативная площадка для органов власти в целях организации качественного информирования жителей муниципалитета о происходящих событиях, вовлечения пользователей в участие в мероприятиях «офлайн» и «онлайн», налаживания обратной связи с жителями через инструменты комментирования информации. Использование органами местного самоуправления социальных сетей позволит улучшить их имидж и вывести взаимодействие с широкими массами населения на качественно новый уровень коммуникации.

Можно выделить следующие причины, по которым органам местной исполнительной власти следует использовать социальные сети в процессе политической коммуникации:

1. Эффективный способ обратной связи, предусматривающий мониторинг реакций пользователей на информацию, публикуемую органом власти или определенное управленческое решение.
2. Легкий способ собрать предложения и выделить инициативы граждан, которые поддерживаются в общественном мнении.
3. Рост уровня доверия к органам власти благодаря публичности, открытости и доступности размещаемой информации.
4. Высокая скорость распространения информации благодаря воз-

возможности поделиться ею в социальных сетях, обеспечивая доставку актуальных тем до большего числа граждан.

5. Вовлечение в процесс управления такой менее всего включенной в «оффлайновую» политику группы, как молодежь [12, с. 87].

Сегодня работу органов местной исполнительной власти в социальных сетях отличает тот факт, что вопросы, задаваемые в них гражданами, и ответы от представителей власти публичны и доступны всей аудитории социальной сети. Это существенное отличие от коммуникации в письменном виде или с помощью электронной почты. Специфика такой коммуникации заключается в том, что, давая ответ на вопрос одному пользователю социальной сети, орган муниципальной власти предоставляет его одновременно всем остальным пользователям. Такой эффект достигается в том числе благодаря тому, что большинство ответов даются по типовым вопросам, волнующих большое число граждан.

Публичная коммуникация органов местной власти при ответах на вопросы граждан закладывает новые принципы взаимодействия власти в Интернете. К ним можно отнести избавление от канцелярского языка, демагогии, бюрократических процедур и прочих факторов классической коммуникации, которые являлись триггерами раздражения жителей муниципалитета. Благодаря этим и другим принципам формируется новая коммуникативная реальность в общественно-политических отношениях, повышается эффективность взаимодействия органов власти с населением и определяются контуры государства нового типа, которое реализует свои управленческие функции незаметно [13]. Жалобы и запросы жителей должны вызывать оперативную реакцию, ключевые государственные учеты обращений граждан должны быть централизованы, а процессы оказания госуслуг роботизированы.

Для проведения анализа представленности органов муниципальной власти республик Северного Кавказа в социальных сетях считаем целесообразным использовать такую основную метрику в онлайн-исследованиях, как Engagement Rate (ER) — коэффициент, показывающий уровень вовлеченности аудитории в социальных сетях [14]. Итоговое значение данного коэффициента демонстрирует средний процент людей, вовлеченных в конкретную или среднюю публикацию. Такая метрика позволяет оценить, насколько интересны публикации у интернет-аудитории определенного аккаунта, сравнить между собой публикации и активность в разных сообществах. Поскольку социальными сетями пользуются не только органы муниципальной власти в лице администрации, но и конкретные персоны, их возглавляющие, в частности главы муниципалитетов, считаем целесообразным для понимания эффективности сетевого Интернета выявить соотношение и сравнить, чьи аккаунты

работают качественнее — государственные или персональные. Благодаря этому можно ответить на вопрос, что предпочтительнее в качестве основной стратегической линии по информационному обеспечению местного самоуправления, а также построению коммуникационно-управленческой среды в муниципальных образованиях республик СК.

Engagement Rate (ER) = (Сумма всех реакций (просмотры, комментарии, репосты, лайки) / число подписчиков) является важным показателем, который определяет, какое количество пользователей смогут увидеть ту или иную публикацию в социальной сети. Подобный анализ социальных сетей стал актуален с появлением «умной ленты» в социальной сети «ВКонтакте». Такая система публикации информации основана на предложении пользователям к просмотру в первую очередь тех публикаций, которые получили наибольшее количество реакций, выраженных в лайках, репостах, комментариях, просмотрах. SMM-метрика позволяет оценить качество и эффективность интернет-стратегии и коммуникации в социальных сетях [15]. Полученные данные можно использовать при анализе или корректировке работы органов муниципальной власти с населением в интернет-пространстве.

В рамках данного исследования проанализированы официальные аккаунты в социальных сетях за период с 1 по 31 октября 2021 г. центральных администраций МО республик Северного Кавказа, а также их глав. В аналитическую матрицу была включена подборка таких принципиальных показателей, как наличие работающего аккаунта-страницы, количество участников-подписчиков, публикаций, просмотров, репостов, лайков и комментариев. Представленные рисунки позволяют визуализировать полученные результаты и сделанные на их основе заключения (рис. 1–4).



Рис. 1. Общее количество подписчиков аккаунтов столичных администраций МО РСК

Как видно из рис. 1, по количеству подписчиков в социальных сетях аккаунтов администраций МО лидирует Нальчик, на втором месте — Владикавказ, на третьей позиции в условно равных показателях находятся Майкоп и Грозный, на четвертой позиции — Черкесск и Махачкала, с большим отставанием завершает представленность по подписчикам Магас.

Однако сама по себе численная представленность не дает понимания, насколько население муниципалитетов погружено в информационно-сетевое пространство, генерируемое официальными администрациями. Необходимо учесть численность населения МО и выявить процентное соотношение числа подписчиков к численности (табл. 1.).

Таблица 1

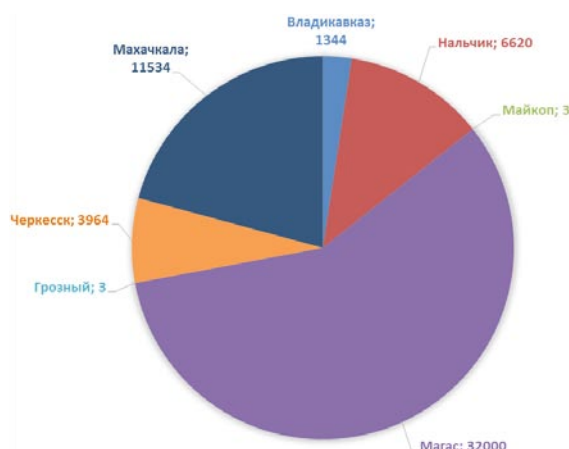
**Процентное соотношение подписчиков социальных сетей, генерируемых официальными администрациями, к численности населения, зарегистрированного в данных муниципалитетах в 2021 г.**

| МО          | Численность жителей, тыс. чел. | Число подписчиков, % |
|-------------|--------------------------------|----------------------|
| Владикавказ | 693 000                        | 12,07                |
| Нальчик     | 272,800                        | 49,06                |
| Майкоп      | 144,270                        | 37,08                |
| Магас       | 13 601                         | 70,02                |
| Грозный     | 324 602                        | 10,10                |
| Черкесск    | 123,148                        | 16,1                 |
| Махачкала   | 604 000                        | 2,62                 |

Приведенное соотношение показывает совсем другое положение дел: по охвату с большим запасом лидирует Магас, условно вторую позицию делят Нальчик и Майкоп, третью позицию — Владикавказ, Грозный, Черкесск, с большим отставанием от всех муниципалитетов последнее место занимает Махачкала.

Более того, очевидно, что использование администрациями сетевого информационного пространства своих городов можно считать эффективным только в Магасе, Нальчике и Майкопе. В остальных муниципалитетах этот ресурс находится на слабом уровне развития, что свидетельствует о невозможности применения на данный момент таких технологий, как Web 2.0, электронное правительство, сетевое управле-

ние и т.д. В большей степени социальное информационное пространство используется администрациями Владикавказа, Грозного, Черкесска, Махачкалы как информационный ресурс, дополняющий официальные сайты (рис. 2).



**Рис. 2. Общее количество подписчиков в социальных сетях аккаунтов глав столичных МО РСК**

На рис. 2 наглядно представлено количество подписчиков на аккаунтах в социальных сетях глав МО: на первом месте находится глава Магаса, на втором — Махачкалы, на третьей позиции в условно равных показателях — Нальчика и Черкесска, на четвертой позиции — Владикавказа, а глав Майкопа и Грозного нет в этом рейтинге.

Как и с показателями администраций муниципалитетов, необходимо понять, какое количество людей в процентном соотношении главы городов охватывают своими социальными ресурсами. Результат представлен в табл. 2.

Показатели по количеству подписчиков в социальных сетях глав центральных муниципалитетов республик Северного Кавказа подтверждают следующее: за исключением главы Магаса с 235,28%, свидетельствующими о выходе информационного поля, генерируемого аккаунтами главы, в социальном пространстве за пределы муниципалитета и охвате информационного пространства Республики Ингушетия, сетевое информационное пространство либо не используется главами на текущий момент вообще, как в Майкопе и Грозном, либо используется в незначительной степени (показатели процентного охвата жителей муниципалитетов не превышают 3,28%).



Таблица 2

Процентное соотношение подписчиков социальных сетей, генерируемых главами столичных администраций РСК, к численности населения, зарегистрированного в данных муниципалитетах в 2021 г.

| МО          | Численность жителей, тыс. чел. | Число подписчиков, % |
|-------------|--------------------------------|----------------------|
| Владикавказ | 693 000                        | 0,19                 |
| Нальчик     | 272,800                        | 2,43                 |
| Майкоп      | 144,270                        | –                    |
| Магас       | 13 601                         | 235,28               |
| Грозный     | 324 602                        | –                    |
| Черкесск    | 123,148                        | 3,28                 |
| Махачкала   | 604 000                        | 1,91                 |

Таким образом, можно сделать определенный вывод по оценке и сопоставлению охвата социального информационного пространства в республиках Северного Кавказа по центральным муниципалитетам.

Во-первых, в республиках Северного Кавказа преобладает вертикальный тип использования и создания информационного поля в сетевом пространстве, что подтверждается преобладанием аккаунтов администраций над аккаунтами глав муниципалитетов.

Во-вторых, в четырех республиках из семи социальное информационное пространство используется неэффективно, поэтому очевидна неготовность этих республик к современным цифровым форматорам самоуправления горожан и органов местной власти посредством включения населения в информационное пространство.

В-третьих, лидирующие позиции Магаса объясняются не уникальным использованием социальных сетей или формированием принципиально иного контента, охватывающего население муниципалитета, а относительно небольшой численностью самого Магаса – 13 600 человек. Численность Ингушетии составляет 515 564 человек. Показатели явно свидетельствуют о том, что ресурсы администрация Магаса и его главы выходят за пределы города и являются по сути информационным пространством для всей Республики. Условно можно считать, что охват главы Магаса в рамках всей Республики составит 6,2%, что значительно выше, чем у остальных глав центральных муниципалитетов республик Северного Кавказа, но не уникально в сравнении по муниципалитетам (рис. 3).



Рис. 3. Индекс вовлеченности в аккаунтах столичных администраций МО республик Северного Кавказа

В показателях на рис. 3 с существенным отрывом лидирует Грозный; с небольшой разницей можно включить во вторую позицию администрации МО Владикавказа, Майкопа, Магаса, Черкесска; на третьей позиции находится Нальчик; с большим отрицательным отрывом закрывает рейтинг Махачкала.

Таким образом, индекс вовлеченности показывает, что наиболее активная гражданская позиция у жителей МО Грозный. Фактически все включенные в социальное пространство пользователи сетевых ресурсов, генерируемых администрацией МО, занимают активную позицию в выработке коллективных мнений и позиций в вопросах местного самоуправления.

Представляется, что, если к вертикальным технологиям информационного обеспечения публичной власти в МО Грозный подключить технологии сетевого информационного сопровождения, возможно резкое увеличение количества вовлеченных в информационное социальное пространство граждан, что, в свою очередь, значительно повысит интерес к соучастию в решении муниципальных задач, а также будет способствовать выработке информационно-управленческих механизмов в публичной власти.

В целом в большинстве республик Северного Кавказа индекс вовлеченности колеблется от 1,29 до 4,96. Данный показатель свидетельствует о равномерном использовании социального сетевого пространства главами столичных МО республик Северного Кавказа, за исключением

МО Махачкала (индекс 0.6), но подтверждают незначительную готовность граждан использовать информационное пространство в качестве механизма соуправления и соучастия в вопросах местного самоуправления. Главным запросом остается информационное обеспечение и создание канала обратной связи граждан с органами муниципальной власти (рис. 4).

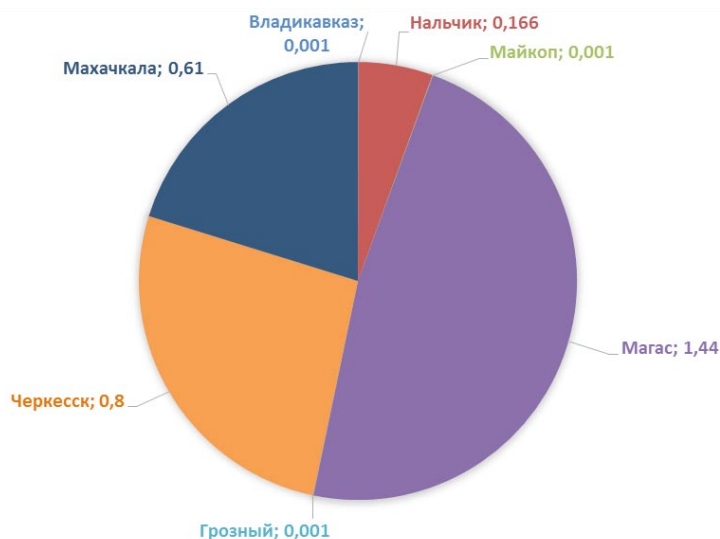


Рис. 4. Индекс вовлеченности в аккаунтах глав столичных МО республик Северного Кавказа

На рис. 4 по индексу вовлеченности на аккаунтах в социальных сетях глав МО лидирует глава Магаса; на втором месте в относительно равных пропорциях следуют главы Нальчика, Черкесска и Махачкалы; главы Владикавказа, Майкопа и Грозного не представлены.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод о незначительности влияния глав столичных МО республик Северного Кавказа в информационном пространстве, что свидетельствует как об отставании в информационном обеспечении местного самоуправления со стороны представителей муниципальной власти в республиках Северного Кавказа, так и о выбранной информационной стратегии по целенаправленному концентрированию информационного обеспечения местного самоуправления по линии вертикальных информационных систем. Безусловно, это не способствует активному развитию цифровых механизмов управления со стороны муниципальной власти, а также развитию гражданской активности цифрового соуправления и соучастия.

Анализируя соотношение информационного пространства, представленное в социальных сетях столичными муниципалитетами республик Северного Кавказа, приходим к пониманию того, что, во-первых, индекс представленности демонстрирует весьма неоднородную картину информационного обеспечения местного самоуправления и насыщенности информационного пространства республик Северного Кавказа с показателем от 06 до 30,21. Вместе с тем показатели администраций МО Магаса, Майкопа, Черкесска и Владикавказа достаточно близки, и это касается 60% республик Северного Кавказа.

Во-вторых, абсолютно лидирующей социальной сетью как основы коммуникации между администрациями МО, главами МО и гражданами на период проведения замеров является социальная сеть Instagram, на текущий момент признанная экстремистской информационной площадкой, доступ к которой существенно ограничен, что делает ее в дальнейшем потенциально выбывающей из активного взаимодействия между властью и обществом. Однако в период проведения исследования данная социальная сеть концентрировала коммуникационные технологии во всех республиках Северного Кавказа. Наложение ограничений на работу этой социальной сети, связанное с антироссийской информационной деятельностью, несомненно, приостановит сложившуюся практику по информационному сопровождению деятельности органов муниципальной власти на данной площадке, но заставит переориентироваться на аналоговые ресурсы, прежде всего такие как Telegram и VK. Тем не менее выявленные суть и принципы по организации информационного сопровождения не изменятся.

В-третьих, несмотря на то что главы республик Северного Кавказа в подавляющем большинстве сегодня не используют технологии социальных сетей как управленческую, в целом представленность администраций МО в социальных сетях находится на достаточно высоком уровне для качественного информационного сопровождения местного самоуправления.

В настоящее время информационное сопровождение местного самоуправления в республиках Северного Кавказа находится в переходном периоде от централизованного информационного сопровождения деятельности муниципальных органов власти к социальным сетевым коммуникациям информационного взаимодействия и соучастия муниципальной власти и гражданского общества.

#### Библиографический список

1. *Терещенко Л.К.* Модернизация информационных отношений и информационного законодательства. М., 2014.

2. Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса: учебное пособие / Ю.Д. Романова, Л.П. Дьяконова, Н.А. Женова [и др.]. М., 2014.
3. *O'Reilly T.* What is Web 2.0 // O'Reilly Media [Site]. 30.09.2005. URL: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
4. *Reddick Ch.G., Aikins St.K.* Web 2.0 Technologies and Democratic Governance. Political, Policy and Management Implications. NY., 2012.
5. *Shirky C.* Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age. NY.: Penguin Press HC, 2010;
6. *Clift S.* E-Governance to E-Democracy: Progress in Australia and New Zealand toward Information-Age Democracy. March 2002. URL: <http://www.publicus.net/articles/aunzedem.html>;
7. *Neuman W.R., Bimber B., Hindman M.* The Internet and Four Dimensions of Citizenship. NY.: New York University Press, 2011.
8. *Баженова Е.А., Иванова И.А.* Блог как интернет-жанр // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2012. № 4 (20).
9. *Чаган Н.Г.* Инфотейенмент как явление медиакультуры // Вестник Университета Российской академии образования. 2014. № 2.
10. *Ушкин С.Г.* Социология социальных сетей: ретроспективный анализ // Социологический журнал. 2013. № 1.
11. *Курносова Е.* Социальные сети в цифрах. Руководитель отдела измерений мобильного интернета Mediascope. Доклад на Российском Интернет Форуме 2019. [Электронный ресурс] URL: [https://mediascope.net/upload/iblock/f97/18.04.2019\\_Mediascope.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/f97/18.04.2019_Mediascope.pdf)
12. *Фомин О.Н., Акаев Д.В.* Политический блог: опыт социологического анализа // Среднерусский вестник общественных наук. 2009. № 3.
13. Шадаев М. назвал основные направления развития цифровой экономики [Электронный ресурс]. URL: <https://digital.ac.gov.ru/news/4245/>
14. *Румянцева Д.* ER- методы расчета и значение показателей // Cossa, 2015. URL: <https://www.cossa.ru/155/101492/>.
15. *Витуминова В.* Продвижение в социальных сетях: основные KPI. URL: [https://registratura.ru/blog/prodvizheniya\\_v\\_sotsialnykh\\_setyakh\\_osnovnye\\_kpi/](https://registratura.ru/blog/prodvizheniya_v_sotsialnykh_setyakh_osnovnye_kpi/)