



Оригинальная статья / Original article

doi: 10.15507/2413-1407.127.032.202402.217-241

УДК 004.9:004.738.5:32

<http://regionsar.ru>

ISSN 2413-1407 (Print)

ISSN 2587-8549 (Online)

## Оценка населением эффективности цифровой коммуникации глав регионов в интернет-диалоге «власть – общество»

А. А. Максименко<sup>1</sup>✉А. В. Зайцев<sup>2</sup>О. С. Дейнека<sup>3</sup>А. В. Зябликов<sup>2</sup>Ф. Т. Ахунзянова<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»  
(г. Москва, Российская Федерация)

<sup>2</sup> Костромской государственный университет (г. Кострома, Российская Федерация)

<sup>3</sup> Санкт-Петербургский государственный университет  
(г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

✉ [Maximenko.AI@gmail.com](mailto:Maximenko.AI@gmail.com)

### Аннотация

**Введение.** Проблема эффективности цифровой коммуникации губернаторского корпуса с обществом привлекает внимание многих ученых, однако работ с эмпирической верификацией предложенных различными авторами исследований моделей крайне мало, обоснование и научное осмысление объективной оценки эффективности цифрового диалога отсутствуют. Цель исследования – на основе эмпирических данных проанализировать и сравнить эффективность цифровой коммуникации глав регионов Центрального федерального округа и выявить ее сильные и слабые стороны.

**Материалы и методы.** Для оценки населением эффективности цифровой коммуникации глав регионов было проведено исследование, включающее 2 этапа. На первом этапе методом онлайн-опроса была произведена оценка респонзивности власти на запросы населения; второй этап реализован посредством мониторинга социальных сетей глав регионов Центрального федерального округа. В задачи второго этапа входил поиск ответов на вопросы о популярности региональной политики у населения, о соответствии информационной повестки глав регионов потребностям, которые артикулируются в региональных социальных публичах, а также об оперативности реагирования на те или иные проблемные ситуации, возникающие на местах.

© Максименко А. А., Зайцев А. В., Дейнека О. С., Зябликов А. В., Ахунзянова Ф. Т., 2024



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.  
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



**Результаты исследования.** В ходе исследования выявлено, что в адрес руководителей регионов обращалась через социальные сети с жалобами и предложениями пятая часть респондентов. Определено, что примерно половина опрошенных затруднились оценить свою удовлетворенность направленным запросом; почти треть респондентов выразила удовлетворенность реакцией служб губернаторского корпуса. Опрошенные оценили работу губернаторов с преобладанием позитивных оценок по шкалам открытости и эффективности, а также оперативности. В то же время работа губернаторского корпуса в большей степени осуществляется по своей повестке (а не исходя из проблем простых людей), выполняется часто для галочки и с элементами имитации деятельности.

**Обсуждение и заключение.** Полученные результаты позволяют отнести к числу наиболее важных компетенций губернатора включенность в современную онлайн-коммуникацию, его умение наладить постоянную и эффективную обратную связь с населением. Проведенный анализ демонстрирует, что названные качества пока выпадают из личностных приоритетов некоторых региональных руководителей. Практическая значимость исследования состоит в возможности использования результатов сравнительной оценки конструктивности интернет-коммуникации губернаторов регионов Центрального федерального округа с населением, слабые стороны и потенциал такого диалога.

*Ключевые слова:* диалог власти и общества, цифровое пространство, публичный диалог, открытость власти, респонзивность власти, цифровые коммуникации, социальная сеть

*Конфликт интересов.* Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

*Финансирование.* Публикация подготовлена при финансовой поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, проект № FZEW-2023-0007.

*Для цитирования:* Оценка населением эффективности цифровой коммуникации глав регионов в интернет-диалоге «власть – общество» / А. А. Максименко [и др.] // Регионоведение. 2024. Т. 32, № 2. С. 217–241. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.127.032.202402.217-241>

## Assessment by the Population of the Effectiveness of Digital Communication of the Heads of Regions in the Internet Dialogue “Power – Society”

A. A. Maksimenko<sup>a</sup>✉, A. V. Zaitsev<sup>b</sup>, O. S. Deyneka<sup>c</sup>,

A. V. Zyablikov<sup>b</sup>, F. T. Akhunzyanova<sup>b</sup>

<sup>a</sup> HSE University (Moscow, Russian Federation)

<sup>b</sup> Kostroma State University (Kostroma, Russian Federation)

<sup>c</sup> Saint-Petersburg State University (St. Petersburg, Russian Federation)

✉ [Maximenko.AI@gmail.com](mailto:Maximenko.AI@gmail.com)

### Abstract

**Introduction.** The article is devoted to the study of the effectiveness of digital communication of the governor's corps with the society. This problem attracts the attention of many scholars, but there are very few works with empirical verification of the models proposed by various research authors, and there is a lack of substantiation and scientific understanding of the objective assessment of the effectiveness of digital dialog. The purpose of the study is to analyze and compare the effectiveness of digital communication of regional heads of the Central Federal District on the basis of empirical data and identify its strengths and weaknesses

**Materials and Methods.** To assess the effectiveness of digital communication of regional heads with the population, a study was conducted, which included 2 stages. At the first stage of the research the responsiveness of the authorities to the needs of the population was assessed by means of an online survey. The second stage of the research was realized through monitoring of social networks of the heads of regions of the Central Federal District. The tasks of the second stage included the search for answers to the questions about the popularity of regional policy among the population, about the compliance of the information agenda of the regional heads with the needs articulated in the regional social media, as well as about the effectiveness of response to certain problematic situations arising on the ground.

**Results.** One fifth of respondents addressed to the heads of regions via social networks with complaints and suggestions. About half of the respondents found it difficult to assess their satisfaction with the request sent. Almost a third of respondents expressed satisfaction with the response of the governor's



services. Respondents assessed the work of governors with a predominance of positive assessments on the scales of openness and efficiency, as well as effectiveness. At the same time, according to the profile of citizens' assessments, the work of the governor's corps is conducted more according to its own agenda (rather than based on the problems of ordinary people), it is often performed in an ostentatious manner and with elements of imitation of activity.

**Discussion and Conclusion.** The results obtained allow us to attribute involvement in modern online communications, the ability to establish constant and effective feedback with the population to one of the most important competencies of the governor. The analysis shows that these qualities have so far fallen out of the personal priorities of some regional leaders. The practical significance of the study lies in the possibility of using the results of a comparative assessment of the constructiveness of online communication of governors of the regions of the Central Federal District with the population, weaknesses and potential of such a dialog.

*Keywords:* dialogue between government and society, digital space, public dialogue, openness of government, responsiveness of government, digital communications, social media

*Conflict of interest.* The authors declare no conflict of interest.

*Funding.* This work was financially supported by the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation under Project No. FZEW-2023-0007.

*For citation:* Maksimenko A.A., Zaitsev A.V., Deyneka O.S., Zyablikov A.V., Akhunzyanova F.T. Assessment by the Population of the Effectiveness of Digital Communication of the Heads of Regions in the Internet Dialogue "Power – Society". *Russian Journal of Regional Studies*. 2024;32(2):217–241. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.127.032.202402.217-241>

**Введение.** Интернет-диалог «власть – общество» является одной из разновидностей intersubjectной цифровой коммуникации между органами государственной власти и местного самоуправления, с одной стороны, и отдельными гражданами, общественными организациями и институтами гражданского общества – с другой. Такой диалог протекает в виртуальной публичной сфере, опосредованной цифровыми технологиями, и обеспечивает обратную связь между управляющей и управляемой подсистемами политической системы современного информационного общества. При этом, несмотря на имеющийся в научном пространстве устойчивый интерес как к интернет-диалогу власти и общества, так и к цифровым коммуникациям, поднимаемая в настоящей статье проблема пока еще объективно не описана, до сих пор существует лакуна в комплексе уже проведенных политических, социологических, психологических и коммуникативных исследований. Подавляющее большинство из них носит описательный характер, в то время как эмпирические данные основываются на субъективных оценках авторов, сделанных без учета мнения населения. Однако в отношении интернет-диалога общества и власти необходимо исследовать обе стороны такой коммуникации, поскольку и власть, и гражданское общество современной России в лице населения, общественных организаций и институтов являются равноправными субъектами онлайн-диалоговых интеракций.

Цель исследования – репрезентация общественно-гражданской оценки эффективности цифровой коммуникации с главами субъектов Федерации в формате интернет-диалога на уровне онлайн-интеракций населения тех или иных территорий с соответствующими руководителями регионов Российской Федерации. Задачи исследования заключались, во-первых, в осмыслении причин существования неэффективных диалогических (парадиалогических, псевдодиалогических) форм взаимодействия глав региональной исполнительной власти с гражданами



и региональным гражданским обществом, во-вторых, в выработке наиболее эффективных и действенных механизмов интернет-диалога в региональных цифровых публичных сферах.

**Обзор литературы.** Изучение тех или иных аспектов интернет-диалога власти и общества уже несколько лет находится в сфере внимания ряда российских исследователей<sup>1</sup> [1–4]. Для осмысления инновационного коммуникативного тренда цифровой интеракции «власть – общество» в теоретико-методологическом аспекте большой вклад внесли работы Д. А. Войнова<sup>2</sup>. Интернет-диалог власти и общества, по мнению ученого, – «это форма политического участия, характеризующаяся (в отличие от традиционных) неограниченным во времени сроком участия и непрерывностью самого процесса участия гражданина, а также разнообразием возможностей в средствах выражения своего мнения»<sup>3</sup>.

Особое место в контексте диалога «власть – общество» принадлежит интернет-субъектным интернет-коммуникациям на уровне региональной исполнительной власти субъектов Федерации. Следует отметить, что исследователи фиксируют не только теоретический, но и практический аспект подобных интеракций. Так, например, в Северокавказском федеральном округе анализировался процесс диалогизации общения между представителями региональной власти и гражданским обществом с учетом специфики современного информационно-коммуникативного пространства<sup>4</sup>. В субъектах Центрального федерального округа (далее – ЦФО) с помощью дискурс-анализа изучалась роль социальных медиа как региональных диалоговых площадок в коммуникации граждан и органов власти [5]. Л. Г. Камалян и М. А. Бахтина проанализировали роль и место социальных сетей в инфокоммуникативной деятельности органов власти Воронежской области<sup>5</sup>, а О. Ю. Голуб исследовала социальный диалог администраций муниципальных образований и представителей региональной власти Саратовской области с населением региона с использованием каналов электронной коммуникации [6]. Также отметим пилотное исследование П. А. Ефимовой, акцентировавшей свое внимание на изучении интернет-коммуникаций в деятельности органов

<sup>1</sup> Василенко Л. А., Василенко В. И. Инновационные модели диалога власти и общества в интернет-коммуникациях: совместный поиск путей развития // Имидж в стратегии инновационного развития регионов России : сб. ст. Всеросс. науч.-практ. конф. Волгоград, 2014. С. 7–11.

<sup>2</sup> Войнов Д. А. Технологии политического диалога в интернет-пространстве // Актуальные проблемы государственного управления, экономики, юриспруденции и психологии : сб. науч. тр. М., 2015. С. 4–22; Войнов Д. А. Диалоговые технологии интернет-коммуникаций как основа политической стабильности в обществе // Безопасность и качество в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) : сб. материалов XXIX Конгресса «Безопасность и качество в сфере ИКТ». 2016. С. 174–182; Войнов Д. А. Становление интернет-диалога как формы участия граждан в политической жизни России : автореф. дис. ... канд. полит. наук. М., 2007. 22 с.; Войнов Д. А. Интернет-диалог власти и общества в современной России : моногр. Шуя : Весть, 2007. 130 с.

<sup>3</sup> Войнов Д. А. Интернет-диалог власти и общества в современной России. С. 103.

<sup>4</sup> Баташева Ф. Б. Диалогизация общения между представителями региональной власти СКФ и гражданским обществом в условиях современного информационно-коммуникативного пространства // Совместные проблемы лингвистики и лингводидактики: от классической методики к цифровым практикам : материалы науч.-практ. конф. Ставрополь, 2022. С. 33–39.

<sup>5</sup> Камалян Л. Г., Бахтина М. А. Социальные сети в деятельности органов власти Воронежской области // Лингвокультурные универсалии в мировом пространстве : материалы IV Междунар. науч. конф. / отв. ред. С. А. Скуридина. Воронеж, 2023. С. 118–120.



государственной власти и местного самоуправления<sup>6</sup>, и статью А. Ю. Красноперова, где представлен обстоятельный сравнительный анализ цифровых платформ, используемых властями 173 российских городов с учетом охвата населения и функциональных возможностей данных ресурсов [7].

А. В. Соколов и Е. А. Исаева, анализирующие трансформацию диалога власти и общества на примере Ярославской области, отмечают усиливающийся скепсис граждан в отношении цифровизации как эффективного инструмента в решении повседневных жизненных проблем, как способа добиться большей открытости и публичности власти [8]. Представляется, что речь в данном случае идет не о технологических трудностях, сопровождающих обновление публичной сферы, а о рецидивах российского бюрократического мышления: чиновник не всегда заинтересован в прозрачности своей деятельности, а цифровая реальность оставляет ему простор для различного рода вариантов «прикрытия».

Отдельную тематическую группу составляют публикации, направленные на выявление и идентификацию персональной роли глав тех или иных субъектов Федерации в их цифровой коммуникации и взаимодействии с населением региона. Таких исследований пока немного, но они обладают несомненной эвристической ценностью и определенным креативным потенциалом. С этой точки зрения особый интерес вызывает статья А. В. Чугунова, Б. А. Низомутдинова и А. А. Будняка, в которой предпринимается попытка мониторинга телеграм-каналов глав субъектов Российской Федерации с тем, чтобы выстроить эмпирически обоснованный рейтинг и определить тематические предпочтения пользователей данного механизма интернет-диалога власти и общества [9], а также публикация Т. А. Васильевой с соавторами, посвященная сравнительному анализу медиainдексов глав субъектов Дальневосточного федерального округа в контексте диалога гражданского общества и власти [10].

Виртуальная активность губернаторов в блогосфере становится предметом исследования Е. Г. Моисеевой [11] и О. Г. Филатовой [12; 13]. Сравнительный анализ контента в личных аккаунтах глав г. Москвы и Московской области проведен в исследовании И. Е. Ситник<sup>7</sup>. Социологическое исследование О. В. Поповой, Н. В. Гришина и М. Я. Погодиной посвящено изучению коммуникации молодежи с главами исполнительной власти регионов России в социальной сети «ВКонтакте» в 2022 г. [14].

Серия публикаций акцентирует внимание на использовании цифровых интернет-коммуникаций в PR-диалоге глав субъектов Федерации с населением регионов. Так, статьи Д. И. Каминченко посвящены осмыслению практик формирования имиджа региональных лидеров в цифровом политико-коммуникативном пространстве интернета [15–18], Ю. А. Митяева и Ю. Г. Чернышев сфокусировали свое внимание на использовании социальных сетей и блогов в формировании

<sup>6</sup> Ефимова П. А. Специфика цифрового взаимодействия глав регионов с гражданами: пилотное исследование // Интернет-коммуникации в деятельности органов государственной власти и местного самоуправления: практики и стратегии развития : материалы Всеросс. науч.-практ. конф. Ульяновск, 2023. С. 49–53.

<sup>7</sup> Ситник И. Е. Сравнительный анализ контентной политики личных аккаунтов глав регионов в социальных сетях (на примере Москвы и Московской области) // Научное обозрение: актуальные вопросы теории и практики : сб. ст. IV Междунар. науч.-практ. конф. Пенза, 2023. С. 127–129.



имиджа губернаторов юго-западной Сибири [19], Е. В. Кадышева исследует социальные сети как инструмент формирования имиджа глав регионов Приволжского федерального округа [20]. Также ученые изучают конфликтогенный аспект виртуальных интернет-коммуникаций глав регионов<sup>8</sup> [21; 22] и подчеркивают, что использование интернет-технологий – это фактор формирования новой диалоговой культуры в дискурсе власти и общества [23].

Анализ зарубежных исследований показывает, что в области заявленной проблематики существует целый ряд актуальных работ. Наиболее широкий взгляд на проблему прослеживается в публикации С. Виссерс и Д. Штолле, где авторы размышляют об обусловленных интернет-пространством новых способах политического участия, в том числе взаимодействия между властью и гражданским обществом, и пытаются понять, как офлайн-участие определяет степень онлайн-участия в политической жизни [24]. В 2014–2019 гг. учеными активно исследовались конкретные виды взаимодействия органов власти и населения в интернет-пространстве [25–28].

Прикладные исследования зарубежных ученых направлены на определение гражданской активности населения при взаимодействии с властью сквозь призму участия граждан в жизни сообщества с целью улучшения условий и формирования будущего [29]. Э. Уилсон выделяет возможности и ограничения при использовании в политическом взаимодействии информационных и коммуникационных технологий [30], К. Эггелинг и Л. Верслоот подчеркивают особую роль социального доверия в цифровом взаимодействии власти и общества и дают рекомендации по выработке онлайн-доверия [31].

В русле поднимаемой нами проблемы важную мысль высказывает Т. О’Брайен. Он справедливо утверждает, что наряду с потенциалом цифровых технологий, позволяющим субъектам гражданского общества организовываться и мобилизовываться, обязательно необходимо учитывать роль государства [32]. В разных политических режимах и медиасистемах институты государства действуют по-разному, следовательно, субъекты гражданского общества должны ориентироваться в сложной и меняющейся среде по мере того, как цифровые технологии не только интегрируются, но и вступают в противоречие с тем, что существует в реальности.

При крайне незначительном количестве работ, посвященных цифровой коммуникации зарубежных глав регионов со своим населением, некоторые иностранные исследователи обращают внимание на то, как данный процесс протекает в России, ожидаемо представляя его в весьма утрированном свете [33].

Таким образом, анализируемая нами проблема привлекает внимание большого количества ученых, работающих в различных областях социогуманитарного знания. В то же время, несмотря на относительное обилие различного рода публикаций, освещающих те или иные аспекты цифровой коммуникации глав субъектов Федерации в формате интернет-диалога, эмпирическое обоснование и научное осмысление объективной оценки эффективности этих интеракций со

<sup>8</sup> Холецкая А., Карапетян Е. Использование виртуального общения главами регионов для решения конфликтов // Проблемы конфликто разрешения в современном обществе : материалы Всеросс. науч.-практ. конф. Курск, 2020. С. 382–385.



стороны населения в настоящее время полностью отсутствуют. Без подобной оценки, выполняющей в контексте диалога власти и населения функцию обратной связи, управление процессами цифровой коммуникации представляется невозможным. Отсюда вытекает особая актуальность заявленной темы настоящего исследования, заключающаяся в репрезентации оценки со стороны населения степени эффективности цифровых интеракций глав регионов Центрального федерального округа в сфере интернет-диалога власти и общества.

**Материалы и методы.** Теоретическая рамка эмпирического исследования построена на следующих концептуальных опорах. По мнению исследователей, эффективность информационного взаимодействия между органами власти любого уровня и их целевыми аудиториями требует наличия трех составляющих: проработанной и реализуемой информационной политики, эффективной деятельности PR-служб и развитых информационных технологий [34], поэтому в эмпирической части нашего исследования на первом этапе предусматривалась оценка населением характеристик текущей информационной политики как наиболее емкого и обобщенного критерия оценки коммуникации в диалоге «власть – общество». На втором этапе эффективность коммуникации была операционализирована прежде всего с опорой на классификацию видов и факторов коммуникации Б. А. Тхорикова и В. В. Корнева [35], причем в качестве ведущих критериев в сравнительном анализе регионов выступили наличие регулярной обратной связи, общность тем в официальных и социальных пабликах региона, а также объем негативных реакций (претензий) граждан в комментариях. Выбранные нами критерии корреспондируют со следующими мнениями специалистов: 1) главной причиной невысокого качества электронного участия является отсутствие обратной связи на большинстве порталов и, как результат, их низкая интерактивность [36; 37]; 2) эффективность коммуникаций воплощается в заинтересованности в решении проблем: для населения – в решении проблем властей, а для власти – в решении проблем населения [38]. Таким образом, фокус исследования был сосредоточен на вертикальных цифровых коммуникациях, предполагающих равный доступ к ИКТ и доверие.

Для оценки населением эффективности цифровой коммуникации глав регионов было выполнено исследование, включающее два этапа. В рамках первого этапа методом онлайн-опроса была произведена оценка респонзивности власти на запросы населения. Второй этап исследования, реализованный посредством мониторинга социальных сетей глав регионов Центрального федерального округа, имел своей целью ответ на вопрос о популярности региональной политики у населения, о соответствии информационной повестки глав регионов тем потребностям, которые артикулируются в региональных социальных пабликах, а также об оперативности реагирования на те или иные проблемные ситуации, возникающие на местах.

*Дизайн первого этапа исследования.* В качестве инструмента для исследования был использован разработанный нами в 2023 г. вопросник. Респондентам был задан вопрос-фильтр на факт обращения в социальных сетях с жалобой или предложением в адрес губернатора<sup>9</sup>, предполагающий 2 варианта ответа (да/нет),

<sup>9</sup> В настоящей статье понятия «губернатор» и «глава региона» для авторов синонимичны.



а в случае положительного ответа – следующий вопрос на оценку удовлетворенности ответом губернатора (по 5-балльной шкале).

Кроме того, использовался метод модифицированного семантического дифференциала для оценки коммуникационной политики губернатора региона, который позволял измерить ее отражение респондентами с помощью биполярных шкал, полюса которых были заданы следующими антонимами: «открытая – закрытая», «неэффективная – эффективная», «отзывчивая – неотзывчивая», «неоперативная – оперативная», «имитирующая деятельность – ориентированная на результат», «ориентированная на диалог – не ориентированная на диалог», «выполняемая для галочки – выполняемая для людей», «безынициативная – инициативная», «близкая к народу – далекая от народа», «работающая с проблемами простых людей – работающая по своей повестке». Дополнительно для выявления отношений в системе «гражданин – государство» применялся «Опросник гражданина» О. С. Дейнека [39].

Опрос осуществлялся на условиях анонимности в период с 17 по 18 сентября 2023 г. посредством платформы [anketolog.ru](https://anketolog.ru) (конструирование анкеты) и сервиса Toloka (сбор материала с учетом фильтров). Онлайн-опросом было охвачено 662 чел. Возраст анкетированных – от 18 до 80 лет (средний возраст – 37,67; SD = 11,76), среди которых 51,5 % – женщины и 48,5 % – мужчины. Все респонденты были проинформированы о цели исследования и выразили готовность к сотрудничеству.

Также измерялся субъективный уровень дохода респондентов, уровень образования и степень их религиозности, учитывался также размер населенного пункта, в котором они проживают (степень урбанизации места жительства респондента). Так, 12,6 % респондентов проживают в Москве; 26,2 – в Санкт-Петербурге и других мегаполисах и городах-миллионниках; 24,5 – в крупных городах численностью менее 1 млн чел.; 36,7 % – в районных центрах. По уровню образования основная доля приходится на людей с законченным высшим (49,8 %), со средним и незаконченным высшим образованием – 48,9 %, у 1,2 % респондентов имеется ученая степень. Субъективный уровень дохода у 50,3 % – средний, 33,9 – низкий, 9,5 – «сводят концы с концами», 5,0 – высокий, 1,4 % – очень высокий.

*Дизайн второго этапа исследования.* Мониторинг официальных страниц глав регионов и руководителей областных органов местного самоуправления (далее – МСУ) ЦФО в социальной сети «ВКонтакте» проводился в период с 10 сентября по 3 октября 2023 г. Основными критериями выступали: степень заинтересованности населения в данном формате коммуникации; вид коммуникации первых лиц регионов и руководителей МСУ; приоритетные, а также второстепенные темы публикаций на официальных страницах; степень совпадения тем, предлагаемых официальными пабликами с темами, волнующими региональные и местные сообщества. Для проверки материала по указанным критериям в качестве основного метода использовался упрощенный вариант контент-анализа, предполагающий тематический и частотный анализ содержания пабликов.

Степень заинтересованности населения в онлайн-коммуникации измерялась посредством подсчета среднего количества лайков, комментариев и просмотров





всех публикаций каждого официального сообщества с помощью сайта [popsters.ru](http://popsters.ru) за последний год. Отдельно фиксировалось количество негативных комментариев подписчиков сообществ. Для определения степени совпадения тем, предлагаемых официальными пабликами, с темами, волнующими региональные и местные сообщества, проводилось сопоставление основных тем официальных сообществ с темами, которые присутствовали в комментариях, а также в альтернативных пабликах. Вид коммуникации первых лиц регионов и руководителей МСУ устанавливался с помощью классификации Б. А. Тхорикова и В. В. Корнева: информирование, вовлечение, опросы, лояльность/доверие, просвещение/консультирование, получение регулярной обратной связи [35].

Определение приоритетных и второстепенных тем публикаций официальных страниц производилось вручную. Временной диапазон мониторинга охватывал период с сентября 2022 г. по сентябрь 2023 г. В некоторых ситуациях, когда руководитель региона и/или областного МСУ занимал данный пост меньшее количество времени, то диапазон корректировался с учетом периода его полномочий. При этом корректировалась также и частота появления данной темы в разных ее аспектах в рассматриваемом периоде. Информация об основных поднимаемых в пабликах темах собиралась также вручную посредством просмотра контента всех пабликов, в названиях которых присутствовали слова-маркеры: название соответствующего города и/или региона, а также оригинальное или измененное имя руководителя региона или МСУ. В результате выявлялись паблики, которые напрямую или опосредованно оппонировали официальным страницам региональной власти.

Наиболее успешными в мониторинговом наблюдении можно признать количественные результаты, в частности, «степень заинтересованности населения в данном формате коммуникации», ввиду того, что подсчет производился с помощью специальной платформы, гарантирующей точность полученных сведений. Также успешным можно отметить определение вида коммуникации по специализированной классификации, потому что формат ведения официальных пабликов по большей степени единообразен. Основным фактором этого является роль личности руководителя. Также удалось полностью определить формат присутствия в социальной сети «ВКонтакте» всех руководителей регионов и титульных МСУ ЦФО. Необходимо отметить, что в нескольких регионах (их меньшинство) руководители предпочли выстраивать коммуникацию с сообществом с помощью административных пабликов, а не личных страниц.

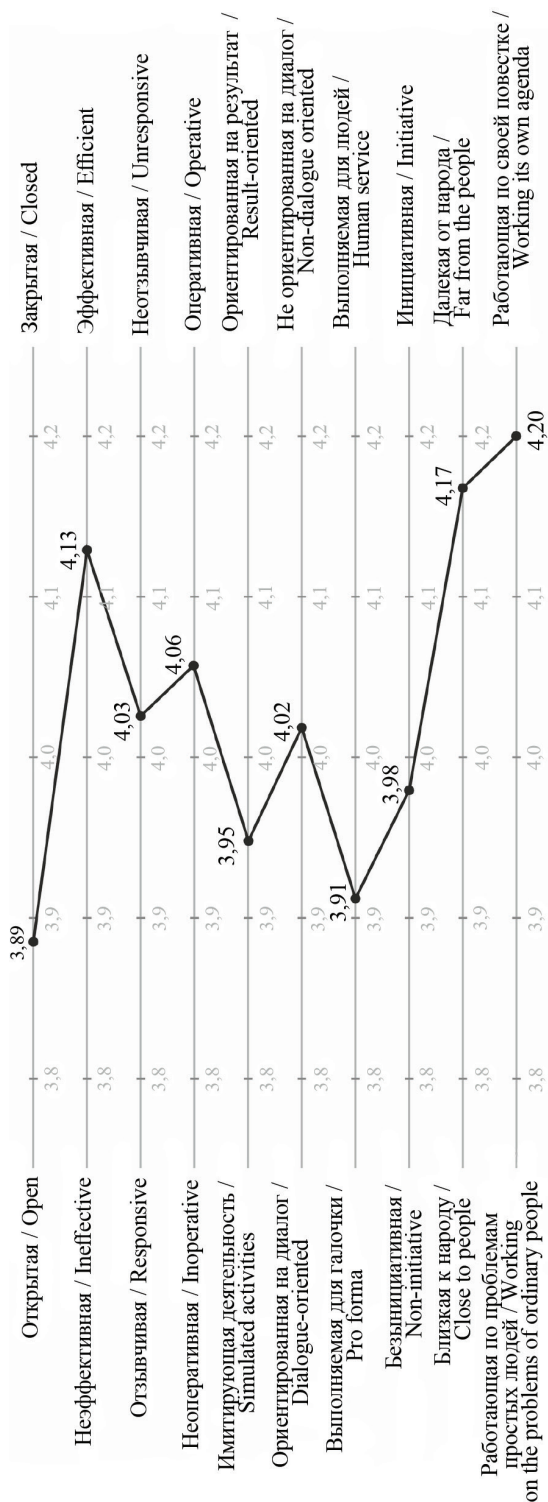
**Результаты исследования.** Как показал анализ результатов *первого этапа* исследования, обращалась через социальные сети с жалобами и предложениями в адрес губернатора лишь пятая часть (19,2 %) опрошенных. Из них половина (48,3 %) затруднились оценить свою удовлетворенность направленным запросом. Почти треть (31,4 %) респондентов выразила удовлетворенность реакцией служб губернаторского корпуса (сумма ответов «скорее удовлетворен» и «полностью удовлетворен»), а пятая часть – осталась не удовлетворена результатами реагирования региональной власти (19,8 % – сумма ответов «скорее не удовлетворен» и «полностью не удовлетворен»).



На рисунке 1 приведены средние значения оценок качества цифровой коммуникации губернаторов в онлайн-пространстве социальных сетей, которые свидетельствуют о некотором преобладании позитивных оценок работы губернаторов с обращениями граждан по шкалам открытости и эффективности, а также оперативности. В то же время, согласно профилю оценок граждан, работа губернаторского корпуса в большей степени осуществляется по своей повестке (а не исходя из проблем простых людей), выполняется часто для галочки и с элементами имитации деятельности. Нейтрально оценивалась ориентация на диалог и отзывчивость чиновников, что, видимо, в большей степени зависит от конкретных персоналий и личного опыта общения с ними граждан. Затруднились опрошенные с оценкой инициативности власти.

Корреляционный анализ показал, что те респонденты, которые больше удовлетворены ответами на жалобы и свои запросы в социальных сетях в адрес губернатора, считают цифровые коммуникации службы губернатора более эффективными ( $r = 0,314$ ), оперативными ( $r = 0,298$ ), ориентированными на результат ( $r = 0,325$ ), инициативными ( $r = 0,321$ ) и работающими для людей, а не для галочки ( $r = 0,274$ ), все связи при вероятности ошибки  $p < 0,001$ . Женщины значимо выше оценивают онлайн-коммуникации губернатора в социальных сетях по критерию оперативности ( $r = 0,106$ ;  $p < 0,01$ ) и направленности на решение проблем простых людей ( $r = 0,128$ ;  $p < 0,001$ ), а респонденты более старшего возраста значимо чаще отмечают работу губернатора как более отдаленную от народа ( $r = 0,104$ ;  $p < 0,01$ ).

Для анализа отношений в системе «гражданин – государство» в контексте оценки населением эффективности цифровой коммуникации глав регионов в интернет-диалоге конструктивным было бы обращение к результатам, полученным с помощью «Опросника гражданина». Эксплораторный факторный анализ позволил выявить 4-факторную структуру данных «Опросника». Первый фактор «принятие политики государства» (дисперсия 22,53 %) включил веру и оптимизм граждан по поводу улучшения экономической ситуации в России (0,791), оценку порядочности государственных деятелей (0,722), наличие последовательной государственной политики развития и выбор ее приоритетов (0,706), возможность граждан ставить долгосрочные цели (0,711), чувство гордости гражданина (0,702). Второй фактор «кристаллизация социальных проблем» (13,97 %) сформировали опасения и социальные страхи, связанные с уровнем коррупции, пенсионным возрастом и расслоением в доходах. В содержании третьего фактора «цена прогресса» (8,40 %) вошли оценки, связанные с утратой ценностной идентичности нации в обмен на достижения прогресса, а также этнические проблемы – та цена, которая иногда выбирается в обмен на традиционные базовые ценности. Четвертым фактором можно пренебречь в силу низкой дисперсии (8,40 %) и наличия всего двух компонентов фактора. Сравнение нынешней факторной структуры «Опросника гражданина» с результатами факторного анализа, полученными почти двумя годами ранее [40], дает возможность утверждать, что социальная проблематика актуализируется в более целостном отражении в массовом сознании.



Р и с. 1. Средние значения оценок информационной политики губернаторов в социальных сетях (по 7-балльной шкале Р. Лайкерта)<sup>10</sup>  
 Fig. 1. Average values of assessments of governors' information policy in social networks (according to the seven-point scale of R. Likert)

<sup>10</sup> Рисунок составлен авторами на основе данных, полученных в ходе онлайн-опроса.



Корреляционный анализ данных «Опросника гражданина» и методики оценки респонзивности глав регионов в социальных сетях с помощью метода модифицированного семантического дифференциала позволил отметить следующие взаимосвязи (все при ошибке  $p < 0,001$ ). Среди респондентов, которые больше убеждены, что власть работает по своей повестке, оказалось больше тех, у кого введение в стране новых законов почти всегда вызывает тревогу ( $r = 0,163$ ), обеспокоенных высоким уровнем коррупции ( $r = 0,191$ ) и, напротив, меньше тех, кто считает, что обстановка в России позволяет ставить долгосрочные цели ( $r = -0,145$ ). Отмечающие дистанцирование власти от народа граждане чаще обвиняют власть во всех проблемах нынешнего общества ( $r = 0,207$ ), основной из которых считают высокий уровень коррупции ( $r = 0,152$ ), а также выражают недовольство повышением пенсионного возраста ( $r = 0,203$ ). Более оптимистичные оценки работы государственных служащих, предполагающие ее ориентацию на интересы людей, а не на выполнение своих обязанностей для галочки, были свойственны ( $r = 0,327$ ) тем россиянам, которые видят возможность для себя ставить долгосрочные цели и которые оценивали российских государственных деятелей как высоко порядочных и были сами готовы жертвовать личными интересами ради блага общества.

*Результаты второго этапа исследования.* Частотный и тематический анализ мониторинга блогов представителей региональной власти позволил выделить следующие рубрики.

1. *Первостепенные темы глав регионов и руководителей титульных МСУ Центрального федерального округа.* Согласно полученным данным, лидирующими темами в пабликах *глав регионов* являются специальная военная операция (78 %), ремонт и строительство (17 %), благоустройство региона (5 %). Можно констатировать, что подавляющее большинство руководителей регионов ЦФО, а именно 14 из 18, приоритетной темой для себя ставят специальную военную операцию России на Украине (далее – СВО) в разных аспектах ее проявления. Основными направлениями темы являются: служба по контракту в зоне СВО; мобилизационные процессы; поддержка бойцов, находящихся в зоне СВО; виды поддержки семей действующих военнослужащих, а также погибших; военные тревоги, обстрелы, атаки (для пограничных регионов). Причины таких результатов, безусловно, связаны с тем, что данная тема является наиболее острой и актуальной для России. С одной стороны, это можно рассматривать как политический механизм: правительство и администрация президента с помощью губернаторов формируют общую позицию населения страны по этому вопросу посредством цифровой коммуникации, чаще просто информирования. С другой стороны, сами руководители регионов инициируют обсуждение данной темы, в том числе с помощью социальных сетей, что связано не столько с влиянием верховной власти, сколько с конкретной обстановкой в каждом регионе. В этой связи ошибочно думать, что во всех обработанных страницах губернаторов ЦФО тема СВО представлена одинаковым количеством постов.

Безусловным лидером по СВО-риторике является руководитель Белгородской области, что можно объяснить двумя факторами: первый – непосредственная близость региона к театру военных действий на Украине и, как следствие, постоянные



атаки со стороны ВСУ и последующий за ними моральный и материальный ущерб; второй – личность губернатора, так как способ подачи, который избрал данный руководитель – видеосъемка себя, часто в неформальной обстановке и не с дежурными речами, а со словами, эмоциями, понятными населению региона, и этим обусловлена высокая популярность его страницы в социальной сети «ВКонтакте», которая выражается в различных проявлениях активности: количестве лайков, комментариев, просмотров.

В числе лидеров, наряду с руководителем Белгородской области, находятся главы Курской, Брянской, Воронежской и Смоленской областей. Фактором, обуславливающим их нахождение в этом списке, является непосредственная близость к месту ведения военных действий. Высокая степень угрозы обстрела или нападения, а также реальные примеры подобных действий побуждают данных руководителей постоянно быть в диалоге с населением по этому вопросу.

Однако у четырех региональных руководителей ЦФО тема СВО не является приоритетной, а находится в разделе второстепенных. В данных регионах, а именно в Москве, Тамбовской, Рязанской и Ярославской областях, проблемы ремонта и благоустройства стоят более остро, чем тема СВО, соответственно, и местное население в первую очередь волнуют конкретные региональные проблемы. Однако ошибочно предполагать, что данная тема не присутствует совсем, часто она занимает второе место по популярности. Таким образом, можно сделать вывод о том, что при формировании повестки пабликов, лидеры регионов в первую очередь опираются на общегосударственные тенденции, обозначая тем самым важность и актуальность конкретной темы, а также обеспечивая формирование в стране общенародной позиции.

В официальных страницах *руководителей главных городов и районов регионов ЦФО* подход к формированию тем первостепенной важности иной. В отличие от лидеров регионов, они в меньшей степени опираются на общегосударственные тенденции, их занимают проблемы вверенных им городов и районов. В этой связи такой однозначности в определении тем первостепенной важности нет, их набор оказался более широким: ремонт и строительство дорог (33 %), благоустройство городской среды (33 %), проблемы ЖКХ (17 %), СВО (11 %), ремонт и строительство социально-значимых объектов (6 %).

В сфере муниципалитета первостепенными темами являются ремонт и строительство дорог, а также благоустройство городской среды. Эти темы присутствуют во всех районах регионов ЦФО без исключения. Если говорить о дорогах, опираясь на комментарии местных жителей, то можно констатировать, что это связано с низким качеством асфальтного покрытия и недостаточным ремонтом, а также общей высокой загруженностью дорог, в том числе машинами с высокой грузоподъемностью. Тема благоустройства городской среды в ряде районов является преобладающей по причине ветхости, мрачности и отсутствия должного ухода за объектами городской среды, а также периодического их обновления.

С разной степенью актуальности во всех пабликах муниципальных руководителей поднимаются проблемы из сферы ЖКХ, в первую очередь вопросы

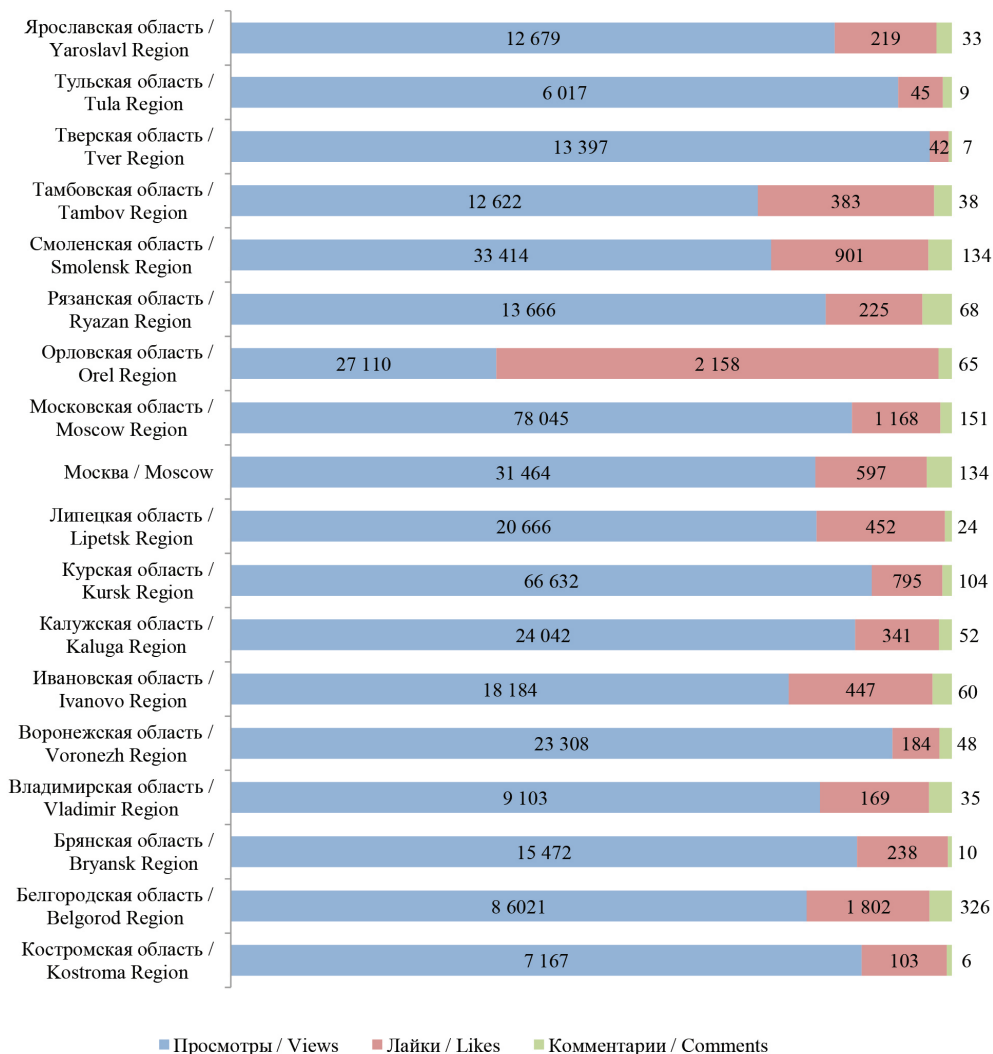


отопления и водоснабжения. Общая тенденция – устаревшее оборудование, требующее либо капитального ремонта, либо полной замены. В городах общей тенденцией является частичный, реакционный ремонт, который не способен решить проблемы полностью. Тема СВО поднимается гораздо реже, особенно ярко она выражена в тех районах и городах, которые находятся в непосредственной близости к боевым действиям. В отношении социально значимых объектов речь прежде всего идет о больницах, образовательных организациях, зонах отдыха, культурно-исторических объектах и т. д.

2. *Второстепенные темы глав регионов и руководителей титульных МСУ Центрального федерального округа.* Круг тем, которые в официальных пабликах первых лиц регионов или городов имеют второстепенное значение, весьма конкретен. Лидируют проблемы ЖКХ (29 %), ремонт и строительство социально-значимых объектов (27 %), ремонт дорог (15 %). Реже затрагиваются темы СВО (9 %), благоустройства региона (9 %), профилактики спорта и здорового образа жизни (7 %), социальной поддержки населения (4 %). Эта тенденция характерна для всех пабликов первых лиц регионов ЦФО, поскольку темы имеют весомое значение в регионах всей страны. Однако часто они являются второстепенными, уступая первенство временным, актуальным для конкретного периода темам, так как постепенно перешли в разряд «вечных», которые существуют всегда, в любой период. Конечно, они решаются главами регионов и районов, но часто поверхностно, временно, что обуславливает их «вечную» актуальность. Причиной этого в основном является финансовый вопрос, а именно выделение средств из бюджета, размер которых не позволяет произвести более качественный ремонт.

На официальных страницах руководителей главных городов и районов регионов ЦФО тематика обсуждаемых вопросов немного шире, а их частотность более ровная: проблемы ЖКХ (27 %), ремонт и строительство социально-значимых объектов (22 %), ремонт дорог (20 %), патриотизм и СВО (12 %), благоустройство городской среды (12 %), общественный транспорт (3 %), спорт (2 %) и здравоохранение (2 %).

3. *Актуальность официальных пабликов руководителей регионов ЦФО среди пользователей социальной сети «ВКонтакте».* Степень активности их ведения. Определение актуальности официальных пабликов в регионах ЦФО в количественном выражении проводилось на основании трех критериев: просмотры, эмоциональные реакции (лайки) и комментарии. Для достижения более точного результата был осуществлен анализ трех критериев одновременно, результаты отражены на рисунке 2. Как видим, наиболее высокие результаты по показателю «общее количество просмотров пабликов глав регионов» наблюдаются у руководителей Белгородской, Московской и Курской областей. Безусловным лидером в этом отношении является губернатор Белгородской области. По двум (просмотры и комментарии) из трех критериев он значительно обходит своих коллег. Это связано с форматом подачи информации, которую выбрал лидер региона: видеозапись себя в режиме реального времени, в которой он высказывает собственное мнение по актуальным вопросам («Десять вопросов губернатору»), а также отчет перед электоратом о проделанных мероприятиях.



Р и с. 2. Общее количество просмотров, лайков и комментариев в пабликах глав регионов в социальной сети «ВКонтакте», ед.<sup>11</sup>

F i g. 2. Total number of views, likes and comments of the public pages of the heads of regions in the VKontakte social network

Аутсайдерами по количеству эмоциональных реакций (лайков) выступают два региона – Тверская и Тульская области (рис. 2). Причины таких результатов состоят в том, что паблики губернаторов этих регионов не персонифицированы, а вся информация транслируется подписчикам казенным, формальным языком. К тому же в этих пабликах прослеживается относительно скромное количество появлений персоналий самих губернаторов. Очевидным является дистанцирование руководителей этих регионов от цифрового диалога с населением.

<sup>11</sup> Рисунок 2 и таблица составлены авторами на основе данных, полученных в ходе мониторинга блогов представителей региональной власти.



Безусловным лидером по количеству комментариев в пабликах глав регионов ЦФО является руководитель Белгородской области. В. В. Гладков – один из немногих руководителей регионов, часто использующий для коммуникации со своей аудиторией не только одностороннее информирование (как это делают многие российские губернаторы), а активно нацеленный на получение регулярной обратной связи в форме комментариев. Еще одним фактором, способствующим столь высокому рейтингу, является разнообразие контента по темам и форматам: политические вопросы иллюстрируются ситуациями из личной жизни губернатора, что добавляет ему народной популярности.

Следует отметить, что для оценки эффективности цифрового диалога власти и общества отраженных на графиках выше количественных критериев явно недостаточно. Необходим более обстоятельный анализ, поэтому в оценке конструктивности диалога «власть – общество» в регионах ЦФО акцент сделан на наличии регулярной обратной связи, общности волнующих граждан и власть тем и негативных реакциях граждан.

Ниже в таблице представлены данные, характеризующие степень конструктивности диалога власти и регионального сообщества. Выделяются 2 паблика, в которых преобладает контент, совпадающий с темами, волнующими региональное сообщество: это Москва и Белгородская область. В этих пабликах обмен информацией построен на заинтересованном сборе мнений жителей региона, и, как следствие, в комментариях – сравнительно самый низкий процент негатива. Организацию диалога в этих пабликах необходимо распространять как успешный опыт работы с региональным сообществом в других регионах.

Т а б л и ц а. **Настроенность власти на диалог и его конструктивность (по регионам Центрального федерального округа), %**

Table. **Authorities' attitude to dialog and its constructiveness (by Central Federal District regions), %**

Регион / Region	Процент негативных реакций населения в комментариях официальных пабликов первых лиц регионов / Percentage of negative reactions of the population in the comments of the official blogs of the first persons of the regions	Вид коммуникации в официальных пабликах первых лиц регионов / Type of communication in official publications of the first persons of the regions	Степень совпадения тем официальных пабликов первых лиц регионов с темами, волнующими региональное сообщество / Degree of coincidence of the topics of the official publishers of the first persons of the regions with the topics of concern to the regional community
1	2	3	4
Костромская область / Kostroma Region	40	Информирование / получение регулярной обратной связи / Informing / receiving regular feedback	60
Белгородская область / Belgorod Region	30	Информирование / получение регулярной обратной связи / Informing / receiving regular feedback	90
Брянская область / Bryansk Region	50	Информирование / получение регулярной обратной связи / Informing / receiving regular feedback	50





Окончание таблицы / End of table

1	2	3	4
Владимирская область / Vladimir Region	50	Информирование / Informing	50
Воронежская область / Voronezh Region	40	Информирование / Informing	60
Ивановская область / Ivanovo Region	50	Информирование / получение регулярной обратной связи / Informing / receiving regular feedback	80
Калужская область / Kaluga Region	40	Информирование / Informing	80
Курская область / Kursk Region	40	Информирование / Informing	60
Липецкая область / Lipetsk Region	40	Информирование / Informing	80
Москва / Moscow	20	Информирование / получение регулярной обратной связи / Informing / receiving regular feedback	90
Московская область / Moscow Region	30	Информирование / Informing	80
Орловская область / Orel Region	30	Информирование / Informing	80
Рязанская область / Ryazan Region	60	Информирование / Informing	50
Смоленская область / Smolensk Region	40	Информирование / получение регулярной обратной связи / Informing / receiving regular feedback	80
Тамбовская область / Tambov Region	40	Информирование / Informing	80
Тверская область / Tver Region	40	Информирование / Informing	60
Тульская область / Tula Region	40	Информирование / Informing	60
Ярославская область / Yaroslavl Region	50	Информирование / Informing	80



Согласно рейтингам субъектов Российской Федерации по внедрению Платформы обратной связи за периоды с 1 января по 30 сентября 2022 г.<sup>12</sup> и с 1 января по 31 марта 2023 г.<sup>13</sup>, в регионах Центрального федерального округа наметилась общая тенденция на снижение результативности их деятельности. Исключением является Калужская область, которая с 4-го места в 2022 г. перешла на 1-е место в 2023 г. Такие результаты связаны с тем, что в 2023 г. рассматривался более короткий промежуток времени, чем в 2022-м, а также в 2023 г. значительно увеличены «проходные баллы» для получения 1-го, 2-го или 3-го места в рейтинге. Однако если сопоставить данные вышеуказанных рейтингов с цифровыми данными мониторинга, то можно увидеть явное несовпадение. К примеру, согласно мониторингу, явным лидером в цифровом диалоге среди всех регионов ЦФО является Белгородская область, в то же время, согласно рейтингу<sup>14</sup>, она занимает в ЦФО лишь 7-е место. Аналогичная ситуация и с Московской областью: в мониторинге – 2-е место, а в рейтинге – 5-е. Полагаем, что такая разница в результатах связана с тем, что в мониторинге учитывались цифровые показатели регионов в одной социальной сети, а рейтинг составлялся на основе более широких критериев, выходящий за рамки одной социальной сети.

4. *Анализ контента в альтернативных региональных пабликах.* Стоит отметить общую тенденцию – альтернативные паблики в регионах ЦФО либо не носят ярко выраженный оппозиционный характер, либо отсутствуют. Однако в некоторых пабликах весьма активно обсуждаются проблемы в регионе/городе в более свободной форме, упрекая действующую власть за бездействие, а порой даже очерняя ее. Так, паблик Рязанской области «Павел Малков. Контроль губернатора» заявлен как официальный паблик первого лица региона, а по факту является его прямой оппозицией. Цель большинства постов данного сообщества – очернить, раскритиковать действующую власть, в частности губернатора и его команду, а также выразить активное противодействие его преобразованиям и реформам, организовать, например, подписи в петиции, направленной против изменений в системе общественного транспорта.

**Обсуждение и заключение.** Общая оценка характеристик информационной политики и коммуникации власти с обществом в России показала, что она оценивается как открытая, эффективная, оперативная, но ее слабым звеном является работа губернаторского корпуса в большей степени по своей повестке, а не исходя из проблем простых людей. Около трети респондентов выразили удовлетворенность реакцией служб губернаторского корпуса на запрос.

Содержательный анализ конкретных пабликов губернаторов ЦФО позволил говорить о специфике регионов. Так, приоритетной темой у большинства губернаторов ЦФО на страницах официального контента была СВО, что связано с ориентированием глав регионов на общегосударственные тенденции и проблемы, но лидером СВО-риторики является губернатор Белгородской области, что

<sup>12</sup> Рейтинг субъектов Российской Федерации по внедрению обратной связи [Электронный ресурс]. URL: <https://digital.gov.ru/uploaded/files/rejting.pdf> (дата обращения: 20.10.2023).

<sup>13</sup> Рейтинг субъектов Российской Федерации по внедрению Платформы обратной связи [Электронный ресурс]. URL: <https://d-russia.ru/wp-content/uploads/2023/05/rejtingsubektovrfpovnedreniyupos20231kvartalred.pdf> (дата обращения: 20.10.2023).

<sup>14</sup> Там же.



обусловлено непосредственной близостью его региона к линии боевых действий. Набор второстепенных тем в официальных пабликах представлен и связан с их постоянством ввиду недостаточного количества финансирования, что впоследствии приводит лишь к частичному и порой временному решению проблем. Согласно результатам мониторинга, наиболее актуальным для пользователей социальной сети «ВКонтакте» является паблик Белгородского губернатора, что обусловлено качественным и разнообразным контентом.

Полученные результаты подтверждают необходимость повысить так называемую респонзивность, отзывчивость губернаторов, внимание к запросам граждан, своевременные и обязательные ответы на них. В регионах, в которых недостаточно внимания уделяется обратной связи (Владимирской, Воронежской, Калужской, Курской, Липецкой, Московской, Орловской, Рязанской, Тамбовской, Тверской, Тульской, Ярославской областях), целесообразно устранить этот недостаток в цифровой коммуникации губернаторов, особенно в Рязанской области (где оказался к тому же самый высокий объем негативно окрашенных реакций населения в комментариях и низкий процент совпадения тем у регионального сообщества и в официальных пабликах). В то же время следует заботиться о разнообразии и качественном оформлении контента.

Губернатор – ключевая фигура в государственной и бюрократической иерархии, он является не только проводником и координатором политики верховной власти, но и важной креативной, деятельностной силой, должен обладать высоким уровнем респонзивности, способностью генерировать инновативные идеи. Потому внимание к фигуре губернатора столь пристально – и со стороны федеральной власти, и со стороны местных сообществ. К числу наиболее важных компетенций губернатора следует отнести включенность в современную онлайн-коммуникацию, умение наладить постоянную и эффективную обратную связь с населением. Проведенный анализ показывает, что названные качества пока выпадают из личностных приоритетов некоторых региональных руководителей. Конечно, результативность работы губернатора не измеряется только лишь цифровой активностью: количеством просмотров, эмоциональных реакций (лайков) и комментариев в социальных сетях подписчиков. Однако этот критерий (настройка широкого конструктивного цифрового диалога между государством и обществом) нельзя не учитывать при разработке социологических методик, помогающих оценить качество работы органов государственного управления.

Полученные в ходе проведенной работы практические результаты призваны внести изменения и коррективы в деятельность региональных органов исполнительной и законодательной власти, а также местного самоуправления по организации и осуществлению эффективных интернет-коммуникаций в формате цифрового диалога глав государственных и муниципальных образований с отдельными гражданами, организациями и институтами гражданского общества в публичном пространстве регионов ЦФО. В этом состоит не только новизна, но и прикладная значимость полученных результатов данного исследования, которые могут быть использованы специалистами в сфере PR- и GR-коммуникаций, пресс-службами, медиаторами и политическими технологами



в процессе корректировки, планирования и реализации тех или иных дискурсивных стратегий по наиболее эффективному и результативному сопровождению, поддержанию и продвижению имиджа глав субъектов Федерации в цифровой публичной сфере региона, укреплению степени доверия к ним со стороны населения региона и повышению степени легитимности принимаемых решений и нормативно-законодательных актов.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Брагина В. К., Горшкова Е. С. Культура диалога власти и общества в интернет-коммуникациях // Коммуникология. 2014. Т. 3, № 1. С. 120–125. EDN: RYFABR
2. Коростелева М. А., Сатырь Т. С. Диалог власти и общества в интернете // Коммуникология. 2014. Т. 3, № 1. С. 73–78. EDN: RYEZZJ
3. Дмитренко О. В. Диалог государства и общества в интернете как средство информационного противодействия в ментальной войне // Вестник адъюнкта. 2021. № 4 (14). URL: <https://vestnik-adyunkta.ru/soderzhanie-zhurnala/arkhiv-vypuskov/8-vestnik/322-dialog-gosudarstva-i-obshchestva-v-internete-kak-sredstvo-informatsionnogo-protivodejstviya-v-mentalnoj-vojne> (дата обращения: 20.10.2023).
4. Гаджиев Х. Ф. Диалог власти и общества в цифровую эпоху // Наука. Культура. Общество. 2022. Т. 28, № 2. С. 81–97. <https://doi.org/10.19181/nko.2022.28.2.7>
5. Зотов В. В., Губанов А. В. Социальные медиа как диалоговые площадки граждан и органов власти субъектов Центрального федерального округа // Цифровая социология. 2021. Т. 4, № 4. С. 28–39. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-4-28-39>
6. Голуб О. Ю. Современные модели социального диалога с использованием каналов электронной коммуникации: региональное измерение // Siberian Socium. 2020. Т. 4, № 2 (12). С. 21–31. EDN: YWTXWT
7. Краснопёров А. Ю. Муниципальные органы власти как субъекты массовой сетевой коммуникации в информационную эпоху // Вестник Томского государственного университета. Филология. Социология. Политология. 2023. № 74. С. 224–233. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/munitsipalnye-organy-vlasti-kak-subekty-massovoy-setevoy-kommunikatsii-v-informatsionnuyu-epohu> (дата обращения: 20.10.2023).
8. Соколов А. В., Исаева Е. А. Трансформация взаимодействия власти и общества под влиянием цифровизации: пример Ярославской области // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Политология. 2022. Т. 24, № 4. С. 686–710. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2022-24-4-686-710>
9. Чугунов А. В., Низомутдинов Б. А., Будяк А. А. Telegram-каналы глав субъектов Российской Федерации: тестирование исследовательского инструментария // International Journal of Open Information Technologies. 2022. Vol. 10, no. 11. С. 141–146. <https://doi.org/10.25559/IJJOIT.2307-8162.10.202211.141-146>
10. Васильева Т. А., Тузовский Б. А., Овчинников Д. С. Сравнительный анализ медиа-индексов глав субъектов Дальневосточного федерального округа в контексте диалога гражданского общества и власти // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2021. Т. 11, № 6 (75). С. 1872–1878. <https://doi.org/10.35775/PSI.2021.75.6.019>
11. Маисеева Е. Г. Виртуальная активность губернаторов в блогосфере // Вопросы управления. 2012. № 2 (19). С. 72–76. URL: <https://journal-management.com/issue/2012/02/11> (дата обращения: 20.11.2023).
12. Филатова О. Г. Главы российских регионов в социальных сетях: аудит публичных коммуникаций // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2020. № 23. С. 6–16. EDN: FTADBA
13. Филатова О. Г. Главы субъектов РФ в блогах и социальных сетях: тренды коммуникаций начала 2010-х и начала 2020-х // Южно-российский журнал социальных наук. 2020. Т. 21, № 2. С. 26–42. <https://doi.org/10.31429/26190567-21-2-26-41>
14. Попова О. В., Гришин Н. В., Погодина М. Я. Коммуникация молодежи с главами исполнительной власти регионов Российской Федерации во «ВКонтакте» в 2022 году // Полис. Политические исследования. 2023. № 4. С. 122–137. <https://doi.org/10.17976/jpps/2023.04.09>



15. Каминченко Д. И. Особенности политического имиджа регионального лидера в интернет-пространстве // Вестник Пермского университета. Политология. 2021. Т. 15, № 3. С. 24–39. <https://doi.org/10.17072/2218-1067-2021-3-24-39>
16. Каминченко Д. И. Политический имидж регионального лидера в «Инстаграм»\* // Управленческое консультирование. 2021. № 8 (152). С. 18–34. <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2021-8-18-34>
17. Каминченко Д. И. Комплексный анализ содержания имиджа регионального руководителя (по материалам официального сайта Правительства Нижегородской области) // Вестник Пермского университета. Политология. 2023. Т. 17, № 1. С. 101–113. <https://doi.org/10.17072/2218-1067-2023-1-101-113>
18. Каминченко Д. И. Имидж современного регионального лидера: результаты сетевого анализа // Управленческое консультирование. 2022. № 9 (165). С. 40–56. <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2022-9-40-56>
19. Митяева Ю. А., Чернышев Ю. Г. Использование социальных сетей и блогов в формировании имиджа губернаторов юго-западной Сибири // Известия Алтайского государственного университета. 2013. № 4-1 (80). С. 281–286. URL: <https://izvestia.asu.ru/2013/4-1/pols/10.ru.html> (дата обращения: 20.11.2023).
20. Кадышева Е. В. Социальные сети как инструмент формирования имиджа главы региона (на примере глав регионов Приволжского федерального округа) // Вопросы политологии. 2022. Т. 12, № 5 (81). С. 1408–1415. EDN: DNMBQM
21. Медведева Н. В., Оторова А. А. Конфликты между органами власти и населением в России в условиях цифрового общества: причины и особенности протекания // Социальная политика и социология. 2019. Т. 18, № 3. С. 150–157. URL: [http://www.oscsbras.ru/upload/files/novosti-biblioteki/Конфликты между органами власти и населением.pdf](http://www.oscsbras.ru/upload/files/novosti-biblioteki/Конфликты_между_органами_власти_и_населением.pdf) (дата обращения: 20.11.2023).
22. Рычихина Э. Н., Нескороева Е. П., Боровикова А. М. Взаимодействие с населением в социальных сетях для устранения конфликтов «местная власть – население» // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2022. Т. 13, № 3. URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/31SCSK322.pdf> (дата обращения: 20.10.2023).
23. Касторина Е. Н. Интернет-технологии как фактор формирования диалоговой культуры власти и общества // Среднерусский вестник общественных наук. 2009. № 2 (11). С. 106–111. EDN: MSMWZP
24. Vissers S., Stolle D. The Internet and New Modes of Political Participation: Online Versus Offline Participation // Information, Communication and Society. 2014. Vol. 17, issue 8. Pp. 937–955. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.867356>
25. Vicente R. M., Novo A. An Empirical Analysis of E-Participation. The Role of Social Networks and E-government Over Citizens' Online Engagement // Government Information Quarterly. 2014. Vol. 31, issue 3. Pp. 379–387. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.12.006>
26. Liu S. M., Yuan Q. The Evolution of Information and Communication Technology in Public Administration // Public Administration and Development. 2015. Vol. 35, issue 2. Pp. 140–151. <https://doi.org/10.1002/pad.1717>
27. Baxter D. J. E-governance and E-participation via Online Citizen Budgets and Electronic Lobbying: Promises and Challenges // World Affairs. 2017. Vol. 180, issue 4. Pp. 4–24. <https://doi.org/10.1177/0043820018771137>
28. Schwarz O. Facebook\* Rules: Structures of Governance in Digital Capitalism and the Control of Generalized Social Capital // Theory, Culture & Society. 2019. Vol. 36, issue 4. <https://doi.org/10.1177/0263276419826249>
29. Adler R. P., Goggin J. What do we mean by “Civic Engagement”? // Journal of Transformative Education. 2005. Vol. 3, issue 3. Pp. 236–253. <https://doi.org/10.1177/1541344605276792>
30. Wilson E. The Network Society and Democracy Online // Perspectives on Politics. 2006. Vol. 4, issue 1. Pp. 218–219. <https://doi.org/10.1017/S1537592706750149>
31. Eggeling K., Versloot L. Taking trust Online: Digitalisation and the Practice of Information Sharing in Diplomatic Negotiations // Review of International Studies. 2023. Vol. 49, issue 4. Pp. 637–656. <https://doi.org/10.1017/S0260210522000559>

\* Принадлежит компании Meta, признана в России запрещенной экстремистской организацией.



32. O'Brien T. Digital Activism and the State // *Таруа: Latin American Science, Technology and Society*. 2021. Vol. 4, issue 1. Article no. 1973291. <https://doi.org/10.1080/25729861.2021.1973291>
33. Renz B., Sullivan J. Making a Connection in the Provinces? Russia's Tweeting Governors // *East European Politics*. 2013. Vol. 29, issue 2. Pp. 135–151. <https://doi.org/10.1080/21599165.2013.779258>
34. Копалова О. С., Черкасова В. Ю. Информационное взаимодействие органов власти с населением // *Муниципалитет: экономика и управление*. 2017. № 2 (19). С. 14–20. URL: <https://editorial.municipality.expert/file/29E23757-28E4-4D7D-B493-26D6E7BADB93> (дата обращения: 13.03.2024).
35. Тхориков Б. А., Корнев В. В. Интернет-коммуникации государственных гражданских служащих: международный опыт и российская практика // *Научные ведомости БелГУ. Сер.: Философия. Социология. Право*. 2018. Т. 43, № 4. С. 633–639. URL: <https://nv.bsu.edu.ru/nv/mag/detail.php?ID=524688> (дата обращения: 13.03.2024).
36. Демущина О. Н. Факторы повышения эффективности электронного участия граждан // *Ars Administrandi (Искусство управления)*. 2017. Т. 9, № 2. С. 132–151. URL: <http://ars-administrandi.com/index.php/arsadm/article/view/31> (дата обращения: 13.03.2024).
37. Пясецкая Е. Н. Факторы эффективности электронного участия граждан во взаимодействии власти и общества // *Концепт*. 2018. № 2. С. 92–97. <https://doi.org/10.24422/MCITO.2018.2.10711>
38. Барбаков Г. О., Курашенко И. А., Устинова О. В. Взаимодействие муниципальной власти с населением: формы и критерии оценки // *Фундаментальные исследования*. 2015. № 12–4. С. 746–750. URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=39616> (дата обращения: 13.03.2024).
39. Дейнека О. С. Опыт эмпирических исследований политического и экономического сознания // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 16. Психология. Педагогика*. 2015. № 3. С. 13–26. EDN: VCQPSR
40. Дейнека О. С., Максименко А. А. Отражение решения о специальной военной операции в массовом сознании // *Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология*. 2023. Т. 8, № 1 (29). С. 89–112. URL: <http://soc-econom-psychology.ru/cntnt/bloks/dop-menu/archive/n2023/t8-1/n23-01-03.html> (дата обращения: 13.03.2024).

## REFERENCES

1. Bragina V.K., Gorshkova E.S. Culture of Dialogue Between Authorities and Society in Internet Communications. *Communicology*. 2014;3(1):120–125. (In Russ., abstract in Eng.) EDN: RYFABR
2. Korosteleva M.A., Satyr T.S. Dialogue of State Power and Society in the Internet. *Communicology*. 2014;3(1):73–78. (In Russ., abstract in Eng.) EDN: RYEZZJ
3. Dmitrenko O.V. Dialogue of the State and Society in the Internet as a Means of Information Counteraction in Mental War. *Vestnik adyunkta*. 2021;(4). Available at: <https://vestnik-adyunkta.ru/soderzhanie-zhurnala/arkhiv-vypuskov/8-vestnik/322-dialog-gosudarstva-i-obshchestva-v-internete-kak-sredstvo-informatsionnogo-protivodejstviya-v-mentalnoj-vojne> (accessed 20.10.2023). (In Russ., abstract in Eng.)
4. Gadzhiev Kh.F. The Dialogue between a Government and Society in the Digital Age. *Science. Culture. Society*. 2022;28(2):81–97. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.19181/nko.2022.28.2.7>
5. Zotov V.V., Gubanov A.V. Social Media as Dialogue Platforms for Citizens and Authorities of the Central Federal District's Entities. *Digital Sociology*. 2021;4(4):28–39. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-4-28-39>
6. Golub O.Yu. Contemporary Models of a Social Dialogue: The Regional Dimension. *Siberian Socium*. 2020;4(2):21–31. (In Russ., abstract in Eng.) EDN: YWXTWT
7. Krasnoperov A.Yu. Municipal Authorities as Subjects of Mass Network Communication in the Information Age. *Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. 2023;(74):224–233. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/munitsipalnye-organy-vlasti-kak-subekty-massovoy-setevoy-kommunikatsii-v-informatsionnyu-epohu> (accessed 20.10.2023). (In Russ., abstract in Eng.)
8. Sokolov A.V., Isaeva E.A. Transforming the Interaction Between Authorities and Civil Society in Digital: The Evidence from the Yaroslavl Region. *RUDN Journal of Political Science*. 2022;24(4):686–710. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2022-24-4-686-710>



9. Chugunov A.V., Nizomutdinov B.A., Budyak A.A. Russian Regions Heads' Telegram Channels: Testing of Research Tools. *International Journal of Open Information Technologies*. 2022;10(11):141–146. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.25559/IN-JOIT.2307-8162.10.202211.141-146>
10. Vasileva T.A., Tuzovsky B.A., Ovchinnikov D.S. Comparative Analysis of Media Indices Heads of Subjects of the Far Eastern Federal District in the Context of the Civil Dialogue Societies and Authorities. *Issues of National and Federative Relations*. 2021;11(6):1872–1878. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.35775/PSI.2021.75.6.019>
11. Maiseeva E.G. Virtual Activity of Governors in Blogospher. *Management Issues*. 2012;(2):72–76. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: <https://journal-management.com/issue/2012/02/11> (accessed 20.11.2023).
12. Filatova O.G. Heads of Russian Regions in Social Media: Audit of Public Communications. *PR i reklama v izmenyayushchetsya mire: regionalnyy aspekt*. 2020;(23):6–16. (In Russ., abstract in Eng.) EDN: FTADBA
13. Filatova O.G. Heads of Subjects of the Russian Federation in Blogs and Social Networks: Communication Trends in the Early 2010s and 2020s. *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2020;21(2):26–42. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.31429/26190567-21-2-26-41>
14. Popova O.V., Grishin N.V., Pogodina M.Ya. Communication of Youth with the Highest Officials of the Subjects of the Russian Federation on the Social Network “VKontakte” in 2022. *Polis. Political Studies*. 2013;(4):122–137. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.17976/jpps/2023.04.09>
15. Kaminchenko D.I. Features of the Political Image of a Regional Leader on the Internet. *Bulletin of Perm University. Political Science*. 2021;15(3):24–39. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.17072/2218-1067-2021-3-24-39>
16. Kaminchenko D.I. Political Image of the Regional Leader on Instagram. *Administrative Consulting*. 2021;(8):18–34. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2021-8-18-34>
17. Kaminchenko D.I. Comprehensive Analysis of a Regional Leader's Image (Based on the Official Website Materials of the Government of the Nizhny Novgorod Region). *Bulletin of the Perm University. Political Science*. 2023;17(1):101–113. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.17072/2218-1067-2023-1-101-113>
18. Kaminchenko D.I. The Image of the Modern Regional Leader: Network Analysis Results. *Administrative Consulting*. 2022;(9):40–56. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2022-9-40-56>
19. Mityaeva Yu.A., Chernyshev Yu.G. The Use of Social Networks and Blogs in Shaping the Image of the Governors of South-Western Siberia. *Izvestia of Altai State University*. 2013;(4-1):281–286. Available at: <https://izvestia.asu.ru/2013/4-1/pols/10.ru.html> (accessed 20.11.2023). (In Russ., abstract in Eng.)
20. Kadysheva E.V. Social Networks as a Tool for Forming the Image of the Head of the Region (On the Example of the Heads of Regions of the Volga Federal District). *Political Science Issues*. 2022;12(5):1408–1415. (In Russ., abstract in Eng.) EDN: DNMBQM
21. Medvedeva N.V., Otorova A.A. Conflicts between Authorities and the Population in Russia in a Digital Society: Causes and Characteristics of the Course. *Social Policy and Sociology*. 2019;18(3):150–157. Available at: <http://www.oscsbras.ru/upload/files/novosti-biblioteki/Конфликты между органами власти и населением.pdf> (accessed 20.11.2023). (In Russ., abstract in Eng.)
22. Rychikhina E.N., Neskorocheva E.P., Borovikova A.M. Interaction with the Population in Social Networks to Eliminate Conflicts “Local Authorities-Population”. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*. 2022;13(3). Available at: <https://sfk-mn.ru/pdf/31SCSK322.pdf> (accessed 20.10.2023). (In Russ., abstract in Eng.)
23. Kastorina E.N. [Internet Technology as a Factor in the Formation of Dialogue Culture of Power and Society]. *Central Russian Journal of Social Sciences*. 2009;(2):106–111. (In Russ., abstract in Eng.) EDN: MSMWZP
24. Vissers S., Stolle D. The Internet and New Modes of Political Participation: Online Versus Offline Participation. *Information, Communication and Society*. 2014;17(8):937–955. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.867356>
25. Vicente R.M., Novo A. An Empirical Analysis of E-participation. The Role of Social Networks and E-government Over Citizens' Online Engagement. *Government Information Quarterly*. 2014;31(3):379–387. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.12.006>



26. Liu S.M., Yuan Q. The Evolution of Information and Communication Technology in Public Administration. *Public Administration and Development*. 2015;35(2):140–151. <https://doi.org/10.1002/pad.1717>
27. Baxter D.J. E-governance and E-participation via Online Citizen Budgets and Electronic Lobbying: Promises and Challenges. *World Affairs*. 2017;180(4):4–24. <https://doi.org/10.1177/0043820018771137>
28. Schwarz O. Facebook Rules: Structures of Governance in Digital Capitalism and the Control of Generalized Social Capital. *Theory, Culture & Society*. 2019;36(4). <https://doi.org/10.1177/0263276419826249>
29. Adler R.P., Goggin J. What do we mean by “Civic Engagement”? *Journal of Transformative Education*. 2005;3(3):236–253. <https://doi.org/10.1177/1541344605276792>
30. Wilson E. The Network Society and Democracy Online. *Perspectives on Politics*. 2006;4(1):218–219. <https://doi.org/10.1017/S1537592706750149>
31. Eggeling K., Versloot L. Taking Trust Online: Digitalisation and the Practice of Information Sharing in Diplomatic Negotiations. *Review of International Studies*. 2023;49(4):637–656. <https://doi.org/10.1017/S0260210522000559>
32. O’Brien T. Digital Activism and the State. *Tapuya: Latin American Science, Technology and Society*. 2021;4(1):1973291. <https://doi.org/10.1080/25729861.2021.1973291>
33. Renz B., Sullivan J. Making a Connection in the Provinces? Russia’s Tweeting Governors. *East European Politics*. 2013;29(2):135–151. <https://doi.org/10.1080/21599165.2013.779258>
34. Kopalova O.S., Cherkasova V.Yu. Information Interaction of Public Authorities with the Population. *Municipality: Economics and Management*. 2017;(2):14–20. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: <https://editorial.municipality.expert/file/29E23757-28E4-4D7D-B493-26D6E7BADB93> (accessed 13.03.2024).
35. Thorikov B.A., Kornev V.V. Internet Communications of State Civil Employees: International Experience and Russian Practice. *Belgorod State University Scientific Bulletin. NOMOTHETIKA: Philosophy. Sociology. Law*. 2018;43(4):633–639. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: <https://nv.bsu.edu.ru/nv/mag/detail.php?ID=524688> (accessed 13.03.2024).
36. Demushina O.N. Influence Factors for E-Participation. *Ars Administrandi*. 2017;9(2):132–151. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: <http://ars-administrandi.com/index.php/arsadm/article/view/31> (accessed 13.03.2024).
37. Pyasetskaya E.N. Efficiency Factors of Electronic Participation of Citizens in Government and Society Interaction. *Concept*. 2018;(2):92–97. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.24422/MCITO.2018.2.10711>
38. Barbakov G.O., Kurashenko I.A., Ustinova O.V. Interaction of Municipal Authorities with Populations: Forms and Evaluation Criteria. *Fundamental Research*. 2015;(12-4):746–750. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=39616> (accessed 13.03.2024).
39. Deineka O.S. The Experience of the Empirical Studies of Political and Economic Consciousness. *Vestniks of Saint Petersburg University. Series 16. Psychology. Education*. 2015;(3):13–26. (In Russ., abstract in Eng.) EDN: VCQPSR
40. Deineka O.S., Maksimenko A.A. Reflection of the Decision on a Special Military Operation in the Mass Consciousness. *Institute of Psychology Russian Academy of Sciences. Social and Economic Psychology*. 2023;8(1):89–112. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: <http://soc-econom-psychology.ru/cntnt/bloks/dop-menu/archive/n2023/t8-1/n23-01-03.html> (accessed 13.03.2024).

Об авторах:

**Максименко Александр Александрович**, доктор социологических наук, кандидат психологических наук, доцент, профессор факультета социальных наук Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (101000, Российская Федерация, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0891-4950>, Scopus ID: 57219144362, [Maximenko.AI@gmail.com](mailto:Maximenko.AI@gmail.com)

**Зайцев Александр Владимирович**, доктор политических наук, профессор кафедры философии, культурологии и социальных коммуникаций Костромского государственного университета (156000, Российская Федерация, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4977-8828>, [aleksandr-kostroma@mail.ru](mailto:aleksandr-kostroma@mail.ru)

**Дейнека Ольга Сергеевна**, доктор психологических наук, профессор, и. о. заведующей кафедрой политической психологии Санкт-Петербургского государственного университета (199034, Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7/9), ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8224-2190>, Scopus ID: 57194202822, [osdeyneka@yandex.ru](mailto:osdeyneka@yandex.ru)





**Зябликов Алексей Вячеславович**, доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой философии, культурологии и социальных коммуникаций Костромского государственного университета (156000, Российская Федерация, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2054-0066>, a.zyablikov@yandex.ru

**Ахунзянова Фарид Тагировна**, кандидат культурологии, доцент кафедры философии, культурологии и социальных коммуникаций Костромского государственного университета (156000, Российская Федерация, г. Кострома, ул. Дзержинского, д. 17), ORCID: <https://orcid.org/0000-0000-0002-4610-5241>, Researcher ID: [HJQ-4229-2023](https://orcid.org/0000-0000-0002-4610-5241), farida.ahunzyano@mail.ru

*Заявленный вклад авторов:*

А. А. Максименко – концепция исследования; дизайн исследования; организация и проведение опроса; критический анализ и доработка текста.

А. В. Зайцев – идея исследования; концепция исследования; критический анализ текста.

О. С. Дейнека – методика «Опросник гражданина»; подготовка первоначального варианта текста.

А. В. Зябликов – концепция исследования; критический анализ текста.

Ф. Т. Ахунзянова – проведение мониторинга; осуществление расчетов; подготовка первоначального варианта текста.

*Доступность данных и материалов.* Наборы данных, использованные и/или проанализированные в ходе текущего исследования, можно получить у авторов по обоснованному запросу.

Все авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

Поступила 30.10.2023; одобрена после рецензирования 04.03.2024; принята к публикации 13.03.2024.

*About the authors:*

**Aleksandr A. Maksimenko**, Dr.Sci. (Sociol.), Cand.Sci. (Psychol.), Associate Professor, Professor of Department of Social Science, HSE University (20 Myasnitskaya St., Moscow 101000, Russian Federation), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0891-4950>, Scopus ID: [57219144362](https://orcid.org/0000-0003-0891-4950), Maximenko.AI@gmail.com

**Alexander V. Zaitsev**, Dr.Sci. (Polit.), Professor of the Chair of Philosophy, Cultural Studies and Social Communications of Kostroma State University (17 Dzerzhinskogo St., Kostroma 156000, Russian Federation), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4977-8828>, alexandr-kostroma@mail.ru

**Olga S. Deyneka**, Dr.Sci. (Psychol.), Professor, Acting Head of Chair of Political Psychology, Saint-Petersburg State University (7/9 Universitetskaya Naberezhnaya, St. Petersburg 199034, Russian Federation), ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8224-2190>, Scopus ID: [57194202822](https://orcid.org/0000-0001-8224-2190), osdeyneka@yandex.ru

**Aleksey V. Zyablikov**, Dr.Sci. (Hist.), Professor, Head of the Chair of Philosophy, Cultural Studies and Social Communications, Kostroma State University (17 Dzerzhinskogo St., Kostroma 156000, Russian Federation), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2054-0066>, a.zyablikov@yandex.ru

**Farida T. Akhunzyanova**, Cand.Sci. (Cult.), Associate Professor of the Chair of Philosophy, Cultural Studies and Social Communications, Kostroma State University (17 Dzerzhinskogo St., Kostroma 156000, Russian Federation), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4610-5241>, Researcher ID: [HJQ-4229-2023](https://orcid.org/0000-0002-4610-5241), farida.ahunzyano@mail.ru

*Contribution of the authors:*

А. А. Максименко – research concept; research design; organization and conduct of the survey; critical analysis and revision of the text.

А. В. Зайцев – research idea; research concept; critical text analysis.

О. С. Дейнека – Citizen Questionnaire methodology; preparation of the initial version of the text.

А. В. Зябликов – research concept; critical text analysis.

Ф. Т. Akhunzyanova – monitoring; making calculations; preparing the initial version of the text.

*Availability of data and materials.* The datasets used and/or analysed during the current study are available from the authors on reasonable request.

All authors have read and approved the final manuscript.

Submitted 30.10.2023; revised 04.03.2024; accepted 13.03.2024.