



оригинальная статья

<https://elibrary.ru/vorfpk>

Отражение демографической повестки в официальных сообществах Новгородской области в социальной сети ВКонтакте

Сумарокова Екатерина Игоревна

Санкт-Петербургский государственный университет, Россия, Санкт-Петербург
ketmermaid@gmail.com

Аннотация: С 2023 года в Новгородской области действует пилотный проект по одному из ключевых направлений внутренней политики – стимулированию рождаемости. Мероприятия проекта освещаются в официальных сообществах региона в социальной сети ВКонтакте. Цель – оценить подход администрации Новгородской области к ведению официальных сообществ региона, а также дать оценку качеству коммуникации между государственными органами и гражданами. Задачи: вычислить долю контента на демографические темы; определить наиболее популярные для аудитории подтемы, инструменты вовлечения подписчиков в диалог. Проведена ручная выборка постов с дальнейшим анализом тем, реакций пользователей и механизма обратной связи. Выявлено, что текущий формат ведения государственных сообществ в социальной сети ВКонтакте соответствует начальной стадии формирования площадки для гражданской дискуссии, системно реализует информационную функцию, однако в полной мере не способствует налаживанию конструктивного диалога между властью и населением. Доля демографического контента не превышает 3 %. При этом наиболее активный отклик у аудитории находят жилищные проблемы и вопросы благоустройства. Однако представители власти избегают диалога: они не работают с потоком негативных комментариев, ограничиваясь стандартизированными ответами, что вызывает дополнительную волну критики и подрывает доверие граждан. В результате установлено, что информационная стратегия администраций субъектов Новгородской области в социальных сетях не способствует налаживанию коммуникации с гражданами и их вовлечению в разработку и обсуждение политических решений.

Ключевые слова: региональная демографическая политика, стимулирование рождаемости, информационная политика, официальные сообщества ВКонтакте, контент-анализ, Новгородская область

Цитирование: Сумарокова Е. И. Отражение демографической повестки в официальных сообществах Новгородской области в социальной сети ВКонтакте. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2025. Т. 4. № 4. С. 401–409. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2025-4-4-401-409>

Поступила в редакцию 10.08.2025. Принята после рецензирования 07.11.2025. Принята в печать 07.11.2025.

full article

Demographic Agenda on Government Social Media Accounts: Novgorod Regional Administration on VKontakte Social Network

Ekaterina I. Sumarokova

St. Petersburg State University, Russia, St. Petersburg
ketmermaid@gmail.com

Abstract: The Novgorod Region has been a platform for a pilot demographic project since 2023. The local governmental officials report its progress in social media accounts on the VKontakte social network. This case was chosen to illustrate the management style employed by local authorities for online communication with local community. After defining the share of content on demographic topics, the author identified the most popular subtopics and tools the account managers used to engage subscribers in a discussion. A manual selection of posts and topic analysis provided diverse material of user reactions and revealed the feedback tools. The current format for managing the government communities on VKontakte was at the very initial stage of developing a civic debate platform. It realized its informative function but failed to facilitate a meaningful dialogue between the government and the community.

The share of demographic content was below 3%: housing and public improvement proved to be much more popular issues. Government officials avoided communication and limited themselves to standardized responses to the flood of negative comments, which naturally generated criticism and undermined public trust. The current communication strategy employed by the Novgorod regional administration on social media hinders communication with the local communities and discourages users from discussing politic.

Keywords: regional demographic policy, fertility promotion, information policy, governmental accounts in VKontakte social network, content analysis, Novgorod Region

Citation: Sumarokova E. I. Demographic Agenda on Government Social Media Accounts: Novgorod Regional Administration on VKontakte Social Network. *Virtual Communication and Social Networks*, 2025, 4(4): 401–409. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2025-4-4-401-409>

Received 10 Aug 2025. Accepted after review 7 Nov 2025. Accepted for publication 7 Nov 2025.

Введение

Демографическая политика как один из аспектов внутренней политики государства состоит из комплекса мер, направленных на демографические процессы, с целью проведения количественных и качественных параметров структуры народонаселения в соответствии с потребностями хозяйственно-экономического комплекса страны и вызовами геополитических условий [Копцева, Журавлева 2017: 209]. Однако это не только усилия со стороны государства, но и встречное (притом адекватное) отношение к ним со стороны людей [Рыбаковский 2025: 253–254].

Одна из демографических мер, проводимых в России, – пилотный проект по стимулированию рождаемости, утвержденный Правительством РФ от 31 августа 2023 г.¹ и реализуемый в городах Пензенской, Тамбовской и Новгородской областей. Губернатор Новгородской области Андрей Никитин, занимающий пост с октября 2017 по февраль 2025 г., пояснил, что территории выбраны из-за схожей ситуации – «демографической зимы» и цель «сделать так, чтобы на этих территориях было удобно и комфортно создавать семьи и рожать детей»². Это соответствует тренду на локализацию мер и их варьированию в зависимости от демографической и миграционной специфики региона [Данилова 2012: 108], его экономической развитости [Зверева 2013: 46].

Пилотный проект по стимулированию рождаемости был продлен до конца 2025 г., и его официальная

оценка ожидается в первой половине 2026 г. Все мероприятия проекта освещаются в официальных сообществах в социальной сети ВКонтакте. Так как, согласно ФЗ № 270 от 14.07.2022³, местные исполнительные власти должны вести информационную деятельность в социальных сетях, чтобы показывать свою работу на привычных для пользователя платформах [Рослякова 2022: 42] с целью расширения механизмов обратной связи [Филатова, Чугунов 2013: 58], привлечения граждан к разработке и обсуждению политических решений [Arana-Catania et al. 2021], а также обеспечения возможности реализации государственных услуг [O'Reilly 2011: 12].

Сетевые коммуникации являются одним из самых перспективных направлений развития политической коммуникации в современном обществе как в качестве средства обеспечения политического процесса, так и в качестве инструмента создания «электронного правительства» [Быков 2013]. По мнению Н. С. Зимовой и соавторов, социальные сети могут быть инструментом оценки эффективности власти [Зимова и др. 2020: 169], которая вызывает серьезные затруднения, особенно в части региональной демографической политики, ввиду отсутствия целевых показателей политических программ или их недостаточной информативности [Елизаров, Джанаева 2012: 29–31]. Также, согласно исследованиям, в госпабликах еще

¹ О реализации пилотного проекта, направленного на стимулирование рождаемости. Постановление Правительства РФ № 1419 от 31.10.2023. *ИПП Гарант*.

² В трех районах молодым и многодетным семьям будут вручаться жилищные сертификаты. Пост в сообществе «Новгородская область». *ВКонтакте*. 22.01.2024. URL: https://vk.com/novreg?w=wall-64197369_116944 (дата обращения: 22.06.2025).

³ О внесении изменений в ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» и статью 10 ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации». ФЗ № 270-ФЗ от 14.07.2022. *СПС КонсультантПлюс*.

не реализована управленческая функция, где граждане контролируют государственные процессы [Смолина 2019], а для многих представителей власти соцсети остаются неосвоенными [Кожевников, Савоськин 2024: 152].

На сегодняшний день теоретики выделяют различные факторы, которые имеют ключевое значение при анализе политической коммуникации. И. М. Дзялошинский обнаружил, что пользователь запоминает саму тему, что сводит весь процесс к акту привлечения внимания [Дзялошинский 2012: 181]. Кроме того, связь темы с известной персоной необоснованно повышает ее важность [Cohen 1995: 99].

При изучении политической коммуникации работают с мишенями коммуникативного воздействия – факторами в структуре адресата, которые обеспечивают успех коммуникации, или, иначе, теми психическими структурами, изменение которых обеспечивает достижение желаемой манипулятором цели [Доценко 1997: 157]. Мишенью может быть эмоциональная атмосфера общества, которую в социальных сетях ведомств формируют дважды: первый этап «когнитивный» [Урнов 2008: 48] – публикация сообщения в попытке вызвать эмоции у аудитории, второй – работа с точечными всплесками негатива в комментариях. Исследователи полагают, что даже при чрезмерной резкости они являются индикаторами общественных настроений [Шмаков 2024: 140]. Также подтверждено, что нулевая интеракция в комментариях со стороны власти увеличивает поток негатива и лишает социальные сети их прямой функции – коммуникации [Бабаева 2021: 212].

Междисциплинарность упомянутой литературы позволяет широко взглянуть на проблемы, специфику и подходы к изучению цифровых коммуникаций между обществом и государственной властью. Сосредоточившись на региональной демографической политике, мы считаем важным рассмотреть, как политическая коммуникация реализуется в государственных сообществах в социальной сети ВКонтакте.

Цель исследования – оценить подход администрации Новгородской области к ведению официальных сообществ региона, а также дать оценку качеству

коммуникации между государственными органами и гражданами. Задачи:

- вычислить долю контента на демографические темы;
- определить наиболее популярные для аудитории подтемы, инструменты вовлечения подписчиков в диалог.

Методы и материалы

В работе рассмотрены официальные сообщества Правительства Новгородской области и Администраций входящих в нее Боровичского, Валдайского и Старорусского муниципальных районов⁴. Все они являются участниками пилотного проекта по стимулированию рождаемости, который был запущен 27 сентября 2023 г. – это дата начала данного исследования. Дата его окончания – 21 июня 2025 г.

Сообщества ведутся в социальной сети ВКонтакте, которая выступает ключевой платформой для взаимодействия органов власти и граждан. Каждое из рассматриваемых сообществ имеет пометку «Госорганизация», что подтверждает их верификацию и является маркером соблюдения стандартов и знаком доверия для пользователей.

На первом этапе исследования из всего корпуса сообщений за период 27 сентября 2023 – 21 июня 2025 гг. (17117 постов) были отсортированы материалы, которые касаются демографии (поиск по ключевому слову *демография, семья, семейный*) и пилотного проекта по стимулированию рождаемости (поиск по ключевому слову *пилотный проект и рождаемость*).

На втором этапе был проведен контент-анализ 379 постов и 531 комментария, которые были разделены на позитивные, нейтральные и негативные по отношению к пилотному проекту. Комментарии, не имеющие отношения к оценке проекта, не учитывались. Помимо этого, был произведен учет всех коммуникаций между государственными органами и гражданами, и каждая из них была оценена как продуктивная (ответ органа власти оценен лайком или ответ в комментарии свидетельствует об удовлетворении интереса гражданина), непродуктивная (граждане не удовлетворены и продолжают спор) или незавершенная (не имеющая результата, ответа).

⁴ Сообщество Новгородской области. *ВКонтакте*. URL: <https://vk.com/novreg>; Сообщество Администрации Валдайского муниципального округа. *ВКонтакте*. URL: <https://vk.com/valdayadm>; Сообщество Администрации Боровичского муниципального района. *ВКонтакте*. URL: <https://vk.com/borovichadm>; Сообщество Администрации Старорусского района. *ВКонтакте*. URL: <https://vk.com/53admrussa> (дата обращения: 22.06.2025).

Результаты

Доля публикаций на демографические темы в целом («Многодетные семьи», «Социальные выплаты» и описание стандарта «Семейноцентричности») и о мероприятиях пилотного проекта по стимулированию рождаемости в частности составляет в среднем 2,9 % и 2,3 % соответственно от общего числа постов в сообществах. В таблице 1 публикации дифференцированы на разделы в зависимости от типа мер пилотного проекта. К *Благоустройству среды* отнесены мероприятия по ремонту коммуникаций, оборудованию детских площадок, устройству семейных многофункциональных центров (МФЦ). В разделе *Жилье* учтены строительство домов и выдача жилищных сертификатов. Раздел *Медицина* посвящен диспансеризации, обновлению медицинского оборудования, выдаче сертификатов на стоматологическое обслуживание. В разделе *Помощь маме* отмечены просветительские мероприятия для молодых мам, открытие пунктов проката вещей. Раздел *Развлекательные мероприятия* содержит анонсы организуемых администрацией праздников и конкурсов. В разделе *Опросы* отмечены посты, в которых власти интересуются мнением граждан о мерах пилотного проекта.

Отметим, что число постов о пилотном проекте в муниципальных сообществах выше, чем в областном. Это закономерно, т.к. мероприятия проводятся в малых городах, а областные власти публикуют отчеты о самых крупных из них. Большая часть материалов в сообществе Новгородской области содержит только упоминание о пилотном проекте (62,8 %).

В группе Боровичского района 17 из 29 материалов в разделе *Общее описание* являются идентичными – посты о новых мерах поддержки семей с 27 февраля 2024 г. Публикацию одного и того же материала с промежутком 6–28 дней можно расценивать как стремление привлечь внимание к важной информации и увеличить количество постов по теме демографии. Число лайков у этого поста варьируется от 35 до 109 без какой-либо закономерности, что, вероятно, свидетельствует о том, что каждый раз этот пост видит разное число новых пользователей. В разделе *Жилье* 93 % постов (13 материалов) посвящены выдаче сертификатов на улучшение жилищных условий, в разделе *Медицина* 100 % постов (5) – проверке репродуктивного здоровья, в разделе *Группа продленного дня* 100 % постов (30) – открытию новой группы в одном из садов города. В разделе *Благоустройство* среды 23,1 % постов (3) рассказывают о возведении сцены на площади и ремонте коммуникаций, 15,4 % постов (2) – о детских площадках, освещении города и решении транспортной проблемы, 7,7 % постов (1) – о бесплатном трансфере до МФЦ.

В сообществе Администрации Валдайского муниципального района 54 поста о пилотном проекте из 105 являются анонсами развлекательных мероприятий. Остальным мерам уделено значительно меньше места в контенте. Такой тематический дисбаланс создает представление о том, что в рамках пилотного проекта на Валдае проводили исключительно развлекательные мероприятия, что находит отражение и в негативных комментариях граждан.

Табл. 1. Число постов о мероприятиях пилотного проекта по стимулированию рождаемости по разделам, %
Tab. 1. Posts about demographic projects published by Novgorod regional authorities in social networks, by topics, %

| Разделы Официальные сообщества | Упоминание проекта | Благоустройство среды | Жилье | Медицина | Помощь маме | Развлекательные мероприятия | Опросы | Общее описание | Группы продленного дня |
|--|--------------------|-----------------------|-------|----------|-------------|-----------------------------|--------|----------------|------------------------|
| Новгородская область (75000 подписчиков) | 62,8 | 2,0 | 7,8 | 17,6 | – | – | 2,0 | 7,8 | – |
| Валдайский район (5000 подписчиков) | 21,0 | 1,9 | 4,8 | 2,9 | 1,0 | 51,3 | 5,7 | 11,4 | – |
| Боровичский район (13000 подписчиков) | 9,1 | 9,8 | 10,6 | 3,8 | 1,5 | 5,3 | 15,2 | 22,0 | 22,7 |
| Старорусский район (9000 подписчиков) | 30,9 | 19,7 | 10,3 | 4,1 | – | 11,3 | 12,4 | 11,3 | – |

Кроме того, 100 % постов (5 материалов) о жилье посвящены выдаче жилищных сертификатов, 100 % постов (2) о благоустройстве – возведению детских площадок, 66,6 % постов (2) о медицине – проверке репродуктивного здоровья, 100 % постов (1) в разделе *Помощь маме* – прокату детских вещей. На одно мероприятие проекта приходится по несколько постов.

В Старорусском районе преобладают упоминания о проекте (30,9 %) и вопросы благоустройства (19,7 %), больше половины из которых – это посты про строительство детских площадок, и почти четверть – про закупку новых автобусов и ремонт молодежного МФЦ. Три разнонаправленные инициативы получили почти 20 % внимания власти в рамках информационной политики в социальной сети ВКонтакте: проверка репродуктивного здоровья, выдача сертификатов на улучшение жилищных условий, строительство многоквартирного дома. Большинство постов описывают разные этапы одного и того же процесса или же повторяют одно и то же с сохранением текста сообщения.

Отдельное внимание обратим на раздел *Опросы* как на важную часть контент-стратегии, направленную на выявление потребностей граждан и их привлечение к принятию политических решений. Во всех исследуемых сообществах было опубликовано по 5 опросов до официального старта пилотного проекта. Гражданам предлагалось пройти его на Госуслугах, чтобы выбрать его мероприятия. Далее в сообществах районов опросы повторялись с разной интенсивностью: 7 в Старой Руссе, 15 в Боровичах, 1 на Валдае. По итогам опросов ни результаты, ни комментарии к ним опубликованы не были.

Далее рассмотрим реакции пользователей на публикуемые сообщения, которые представлены в таблице 2. Число лайков наименее информативно, поскольку это действие пользователя не требует погружения в текст. Репост – показатель большей вовлеченности, т.к. подразумевает дополнительные действия. Комментарии же означают, что пользователь прочел текст и вступает в диалог с органом власти. Поэтому в данном исследовании комментарии являются основным показателем эффективности политической коммуникации.

По числу лайков лидируют посты о развлекательных активностях из раздела *Развлекательные мероприятия* в сообществе Валдайского района, но больше одобрения концертам в своем районе выразили в комментариях жители Старорусского района. Этот

раздел оценивается стабильно позитивно, тему можно считать безопасной для коммуникации.

Исключая раздел *Развлекательные мероприятия*, три лидера по числу лайков (85 в среднем) – разделы *Благоустройство среды*, *Жилье* и *Общее описание*. При этом *Благоустройство среды* опережает другие разделы по всем видам комментариев. Если мы обратимся к статистике реакций, то число позитивных реакций преобладает в Старорусском районе (более чем в 2 раза), а число негативных – в Боровичском (более чем в 4 раза). Нейтральных и негативных комментариев в Старорусском районе в сумме практически столько же, сколько позитивных, количество негативных комментариев (123) в Боровичском районе в 2,5 раза превышает число позитивных и нейтральных.

Учитывая, что инфоповоды во всех сообществах были разные и в разных количествах, сопоставим реакции жителей Новгородской области на все мероприятия пилотного проекта (табл. 3).

Больше всех поддержали лайками меры пилотного проекта жители Боровичей и Старой Руссы (65,34 и 60,09 соответственно), у них же наибольшая доля репостов (15,99 и 5,16 соответственно). Жители этих районов активнее вовлечены в интернет-коммуникацию с местными органами власти, т.к. у них еще и большее количество комментариев. У жителей Боровичского района преобладают негативные оценки проекта (1,42 %), а у жителей Старорусского – позитивные (1,15). Так при высокой вовлеченности в социально-политическую дискуссию жители Боровичей менее лояльны к действиям администрации, отраженных в информационной повестке, чем жители Старой Руссы.

Жители Валдая вовлечены в коммуникационный процесс значительно слабее (в 2 раза меньше лайков, в 2–8 раз меньше комментариев и репостов). Учитывая, что постов в сообществе Валдайского района было больше, чем в остальных (5352), а постов о пилотном проекте примерно столько же, сколько и в других районах, можно заключить, что усилия власти использовать социальную сеть как инструмент информационной политики отклика не находят.

Вовлеченность в сообществе Новгородской области еще ниже: число реакций меньше, чем в группах районов. Это объясняется территориальной удаленностью: в событиях своего города заинтересованность выше, чем в тех, что происходят в другом городе. Также, на наш взгляд, отсутствие вовлеченности связано с формальным характером сообщений о пилотном проекте.

Табл. 2. Количество реакций на посты о мероприятиях пилотного проекта по стимулированию рождаемости
Tab. 2. Reactions to posts about demographic projects: likes, reposts, and comments

| Официальные сообщества | Реакции | | Всего реакций | Благоустройство среды | Жилье | Медицина | Помощь маме | Развлекательные мероприятия | Опросы | Общее описание | Группы продленного дня |
|------------------------|-------------|-------------|---------------|-----------------------|-------|----------|-------------|-----------------------------|--------|----------------|------------------------|
| Новгородская область | Лайки | | 675 | 6 | 84 | 448 | – | – | 3 | 134 | – |
| | Репосты | | 207 | 3 | 14 | 151 | – | – | 6 | 33 | – |
| | Комментарии | Позитивные | 20 | 1 | 2 | 11 | – | – | – | 6 | – |
| | | Нейтральные | 40 | – | 1 | 13 | – | – | 4 | 22 | – |
| | | Негативные | 1 | – | – | 1 | – | – | – | – | – |
| Валдайский район | Лайки | | 4011 | 165 | 173 | 87 | 39 | 2851 | 217 | 479 | – |
| | Репосты | | 273 | 55 | 5 | 2 | – | 178 | 6 | 27 | – |
| | Комментарии | Позитивные | 12 | 2 | – | – | – | 9 | – | 1 | – |
| | | Нейтральные | 7 | 1 | 3 | – | – | 3 | – | – | – |
| | | Негативные | 5 | 1 | – | – | – | – | – | 4 | – |
| Боровичский район | Лайки | | 8625 | 1528 | 1759 | 540 | 82 | 345 | 1132 | 1390 | 1819 |
| | Репосты | | 2111 | 426 | 508 | 114 | 4 | 22 | 294 | 344 | 392 |
| | Комментарии | Позитивные | 36 | 14 | 9 | – | – | 2 | 1 | 2 | 5 |
| | | Нейтральные | 41 | 29 | 8 | – | – | – | 2 | 1 | 1 |
| | | Негативные | 187 | 123 | 13 | 12 | – | – | 5 | 22 | 9 |
| Старорусский район | Лайки | | 5829 | 1645 | 1057 | 230 | – | 1493 | 598 | 806 | – |
| | Репосты | | 501 | 97 | 74 | 30 | – | 148 | 41 | 111 | – |
| | Комментарии | Позитивные | 112 | 35 | 16 | – | – | 49 | 8 | 4 | – |
| | | Нейтральные | 32 | 15 | 7 | – | – | 6 | – | 4 | – |
| | | Негативные | 40 | 17 | 3 | – | – | 1 | 1 | 18 | – |

Табл. 3. Среднее количество реакций на один пост о мероприятиях пилотного проекта по стимулированию рождаемости, %
Tab. 3. Average number of reactions per post about demographic projects, %

| Официальные сообщества | Лайки | Репосты | Комментарии | |
|------------------------|-------|---------|-------------|------------|
| | | | Позитивные | Негативные |
| Новгородская область | 13,24 | 4,06 | 0,39 | 0,02 |
| Валдайский район | 38,2 | 2,6 | 0,11 | 0,05 |
| Боровичский район | 65,34 | 15,99 | 0,27 | 1,42 |
| Старорусский район | 60,09 | 5,16 | 1,15 | 0,41 |

Комментарии пользователей сопровождаются ответами представителей власти, которые вступают в коммуникацию. Для оценки ее эффекта обратимся к таблице 4.

Чаще всего пользователям отвечают власти Боровичского и Старорусского районов, а также закономерно, что именно здесь пользователи наиболее вовлечены в процесс обсуждения политических решений.

Большая часть ответов администрации остается без внимания (48,2 %), еще в 34,8 % случаев люди продолжают спор. Только 16,9 % коммуникаций можно считать успешными. Заметим, что Старорусский район и по этому показателю является наиболее лояльным к власти: большее число позитивных реакций, меньшее количество сообщений власти без ответа.

Ответы администраций подписчикам стандартизованы: содержат ссылку на документ, адреса и телефоны, где можно выяснить подробности, написаны в официально-деловом стиле.

Заклучение

Официальные сообщества Новгородской области в социальной сети ВКонтакте ведутся регулярно, системно и включают попытки наладить диалог

с подписчиками. Единая контент-стратегия отсутствует, а все исследуемые сообщества имеют общие недостатки.

Демографические темы занимают в контенте сообществ не более 3 %, что является несоизмеримо низкой долей относительно высокого приоритета мер демографической политики, признанного на всех уровнях государственной власти. Официально-деловой стиль текстов не соответствует публицистической подаче, принятой в социальной сети ВКонтакте. Зачастую на один инфоповод приходится несколько постов, а качество единиц контента уступает их количеству.

Самый позитивно воспринимаемый раздел публикаций – *Развлекательные мероприятия*. Пользователям социальной сети очевидно нравится развлекательный контент, дополненный профессиональными репортажными фотографиями. Однако в некоторых сообществах посты о мероприятиях преобладают, что приводит к информационному дисбалансу и вызывает негативную реакцию граждан в комментариях, критикующих целесообразность реализации подобных мер проекта по стимулированию рождаемости.

Благоустройство среды и Жилье – две самые острые темы в информационной повестке, они собирают множество реакций, в том числе противоречивых комментариев. Эти вопросы остаются болезненными для общества и требуют первоочередного решения, что осознают и сами власти – данные направления заявлены губернатором Новгородской области как ключевые.

Установлено, что наличие обратной связи повышает вовлеченность подписчиков в процесс обсуждения политических решений. Однако качество обратной связи не способствует их лояльности. Ведомства выборочно отвечают на вопросы граждан в стандартизированной и автоматизированной форме, что вызывает раздражение подписчиков.

Выстраивание коммуникации при помощи опросов населения – самая слабая сторона контент-стратегии сообществ. Их анонсы предполагают оглашение итоговых результатов и их учет в корректировке перечня мероприятий проекта. Но результаты не публикуются, отсутствие диалога подрывает доверие аудитории к административным органам.

Информационная политика Новгородской области, нашедшая отражение в социальной сети, не способствует налаживанию конструктивного диалога с гражданами и снижению негатива. Попытки проявить политическую эмпатию и индивидуальный

Табл. 4. Ответы администрации на комментарии пользователей и реакция пользователей на них
Tab. 4. Governmental responses to user comments vs. user responses to them

| Официальные сообщества | Количество ответов администрации на комментарии пользователей | Количество удовлетворенных ответов (лайк, ответ позитивный) | Количество неудовлетворенных ответов (продолжение спора) | Количество проигнорированных ответов (отсутствие реакции) |
|------------------------|---|---|--|---|
| Новгородская область | 5 | – | 1 | 4 |
| Валдайский район | 4 | – | 2 | 2 |
| Боровичский район | 58 | 7 | 20 | 31 |
| Старорусский район | 45 | 12 | 16 | 17 |

подход к проблемам и мнениям жителей отсутствуют. Таким образом, можно утверждать о «глухоте» власти, поскольку ни одна попытка диалога – опросы, ответы на комментарии, публикация результатов опросов – не работает. Возможно, это связано с тем, что закон о госпубликах принят не так давно и процессы их ведения еще выстраиваются.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Литература / References

- Бабаева А. А. Органы государственной власти в социальных сетях: анализ аккаунтов Правительства Москвы. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. 2021. № 3. С. 198–215. [Babayeva A. A. Bodies of state power on social networks: An analysis of Moscow government accounts. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2021, (3): 198–215. (In Russ.)] <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.3.2021.198215>
- Быков И. А. Сетевая политическая коммуникация: Теория, практика и методы исследования. СПб.: СПбГУПТД, 2013. 200 с. [Bykov I. A. *Network political communication: Theory, practice, and research methods*. St. Petersburg: SPbSUITD, 2013, 200. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ravkfb>
- Данилова И. А. Территориальная дифференциация воспроизводственных и миграционных процессов в России. *Региональная демографическая политика*, ред. В. В. Елизаров, Н. Г. Джанаева. М.: МАКС-Пресс, 2012. С. 94–110. [Danilova I. A. Territorial differentiation of reproductive and migration processes in Russia. *Regional demographic policy*, eds. Elizarov V. V., Dzhanayeva N. G. Moscow: MAKS-Press, 2012, 94–110. (In Russ.)]
- Дзялошинский И. М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. М.: НИУ ВШЭ, 2012. 571 с. [Dzyaloshinsky I. M. *Communicative influence: Targets, strategies, and technologies*. Moscow: HSE University, 2012, 571. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qoojid>
- Доценко Е. Л. Психология манипуляции: Феномены, механизмы и защита. М.: Черо, 1997. 344 с. [Dotsenko E. L. *Psychology of manipulation: Phenomena, mechanisms, and protection*. Moscow: Chero, 1997, 344. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/snpbnp>
- Елизаров В. В., Джанаева Н. Г. Региональные программы как инструмент региональной демографической политики. *Региональная демографическая политика*, ред. В. В. Елизаров, Н. Г. Джанаева. М.: МАКС-Пресс, 2012. С. 10–31. [Elizarov V. V., Dzhanayeva N. G. Regional programs as a tool of regional demographic policy. *Regional demographic policy*, eds. Elizarov V. V., Dzhanayeva N. G. Moscow: MAKS-Press, 2012, 10–31. (In Russ.)]
- Зверева Н. В. Население российских регионов о некоторых мерах демографической политики. *Федерализм*. 2013. № 2. С. 29–48. [Zvereva N. V. Population of Russian regions about some measures of demographic policy. *Federalism*, 2013, (2): 29–48. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qcxunz>
- Зимова Н. С., Фомин Е. В., Смагина А. А. Социальные сети как новый канал взаимодействия общества и власти. *Научный результат. Социология и управление*. 2020. Т. 6. № 2. С. 159–171. [Zimova N. S., Fomin E. V., Smagina A. A. Social networks as a new channel of interaction between government and society. *Research Result. Sociology and Management*, 2020, 6(2): 159–171. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18413/2408-9338-2020-6-2-0-11>
- Кожевников О. А., Савоскин А. В. Социальные сети как развивающийся способ коммуникации органов власти с гражданами: состояние и перспективы. *Научный вестник Омской академии МВД России*. 2024. Т. 30. № 2. С. 151–155. [Kozhevnikov O. A., Savoskin A. V. Social networks as an evolving method of communication between authorities and citizens: State and prospects. *Scientific Bulletin of the Omsk Academy of the MIA of Russia*, 2024, 30(2): 151–155. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24412/1999-625X-2024-293-151-155>
- Копцева О. А., Журавлева Е. К. К определению демографической политики. *Демографический потенциал стран ЕАЭС: VIII Уральский демографический форум*. (Екатеринбург, 8–9 июня 2017 г.) Екатеринбург: ИЭ УРО РАН, 2017. Т. 1. С. 208–213. [Koptseva O. A., Zhuravleva E. K. *To definition of population policy. Demographic potential of the EAEU countries: Proc. VIII Ural Demographic Forum*, Ekaterinburg, 8–9 Jun 2017. Ekaterinburg: UIEC, 2017, vol. 1, 208–213. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/xrinww>

- Рослякова М. В. Социальные сети в деятельности органов власти: адаптация к новым способам взаимодействия. *Социодинамика*. 2022. № 7. С. 42–56. [Roslyakova M. V. Social networks in the activities of executive authorities: Adaptation to new ways of interaction. *Sociodynamics*, 2022, (7): 42–56. (In Russ.)] <https://doi.org/10.25136/2409-7144.2022.7.38467>
- Рыбаковский Л. Л. Миграция населения. М.: Юрайт, 2025. 480 с. [Rybakovsky L. L. *Population migration*. Moscow: Iurait, 2025, 480. (In Russ.)]
- Смолина Е. Г. Управление в сфере взаимодействия органов исполнительной власти и населения в интернет-пространстве: методы, уровни реализации, оценка эффективности (на материалах г. Волгограда). *Общество: Социология, психология, педагогика*. 2019. № 12. С. 60–63. [Smolina E. G. Management of interaction between executive authorities and the population in the internet space: Methods, levels of implementation, performance evaluation (a case of Volgograd). *Society: Sociology, Psychology, Pedagogics*, 2019, (12): 60–63. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24158/spp.2019.12.9>
- Урнов М. Ю. Эмоции в политическом поведении. М.: Аспект-Пресс, 2008. 240 с. [Urnov M. U. *Emotions in political behavior*. Moscow: Aspect-Press, 2008, 240. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/razowb>
- Филатова О. Г., Чугунов А. В. Электронное взаимодействие между обществом и властью: формирование концепции и практика реализации в России. *Управленческое консультирование*. 2013. № 8. С. 57–67. [Filatova O. G., Chugunov A. V. Electronic interaction between society and the power: Formation of the Concept and the practice of realization in Russia. *Administrative consulting*, 2013, (8): 57–67. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/reqqht>
- Шмаков А. А. Информационный повод и обратная связь: от фактов до интерпретаций (опыт мониторинга обратной связи от населения в региональном медиапространстве). *Ученые записки Алтайского филиала РАНХиГС при Президенте Российской Федерации*. 2024. № 1. С. 137–140. [Shmakov A. A. Information occasion and feedback: From facts to interpretations (experience in monitoring feedback from the population in the regional media space). *Scientific Notes of the Altai Branch of the RANEPA*, 2024, (1): 137–140. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vsrqmg>
- Arana-Catania M., Van Lier F. A., Procter R., Tkachenko N., He Y., Zubiaga A., Liakata M. Citizen participation and machine learning for a better democracy. *Digital Government: Research and Practice*, 2021, 2(3): 1–22. <https://doi.org/10.1145/3452118>
- Cohen J. E. Presidential rhetoric and the public agenda. *American Journal of Political Science*, 1995, 39(1): 87–107. <https://doi.org/10.2307/2111759>
- O'Reilly T. Government as a platform. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 2011, 6(1): 13–40. https://doi.org/10.1162/INOV_a_00056