

ГОСУДАРСТВО И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО, ИДЕОЛОГИЯ И ПОЛИТИКА

STATE AND CIVIL SOCIETY, IDEOLOGY AND POLITICS

Развитие территорий. 2025. № 3. С. 44—54.
Territory Development. 2025;(3):44—54.

Государство и гражданское общество, идеология и политика

Научная статья
УДК 316.472.4
DOI 10.32324/2412-8945-2025-3-44-54
EDN LSTOSO

АНАЛИЗ АКТИВНОСТИ ГРАЖДАН В ОФИЦИАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВАХ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

Николай Владимирович Олухов

Уральский институт государственной противопожарной службы МЧС России, Екатеринбург, Российская Федерация, nikeoluhov@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу активности граждан в официальных сообществах муниципальных образований Свердловской области в социальной сети «ВКонтакте». В исследовании изучена эффективность управления официальными пабликами с акцентом на взаимодействие между органами местного самоуправления и населением; рассмотрены различные аспекты (уровень вовлеченности пользователей, распространение информации, обратная связь от подписчиков сообществ).

Результаты исследования позволяют выявить ключевые факторы, способствующие успешной коммуникации в социальных сетях. Кроме того, автором предложены рекомендации по оптимизации контентной стратегии управления официальными пабликами с целью повышения гражданской активности и участия пользователей в обсуждении (решении) муниципальных вопросов.

Ключевые слова: социальные сети, официальное сообщество, госпаблик, коммуникация, информация, местное самоуправление

Для цитирования: Олухов Н. В. Анализ активности граждан в официальных сообществах муниципальных образований Свердловской области в социальной сети «ВКонтакте» // Развитие территорий. 2025. № 3. С. 44—54. DOI 10.32324/2412-8945-2025-3-44-54. EDN LSTOSO.

State and civil society, ideology and politics

Original article

ANALYSIS OF THE ACTIVITY OF CITIZENS IN THE OFFICIAL COMMUNITIES OF MUNICIPALITIES OF SVERDLOVSK REGION IN VKONTAKTE SOCIAL NETWORK

Nikolay V. Olukhov

Ural Institute of the State Fire Service of the Ministry of Emergency Situations of Russia, Yekaterinburg, Russian Federation, nikeoluhov@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the analysis of the activity of citizens in the official communities of municipalities of Sverdlovsk region in the social network VKontakte. The study examines the effectiveness of official public administration management with an emphasis on interaction between local governments and the public;

© Олухов Н. В., 2025



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.

various aspects are considered (the level of users' engagement, information dissemination, feedback from community subscribers). The results of the study allow us to identify the key factors contributing to successful communication in social networks. In addition, the author offers recommendations for optimizing the content management strategy of official publications in order to increase civic engagement and users' participation in the discussion (resolution) of municipal issues.

Key words: social networks, official community, gopubs (official pages of state bodies), communication, information, local government

For citation: Olukhov N.V. Analysis of the Activity of Citizens in the Official Communities of Municipalities of Sverdlovsk Region in VKontakte Social Network. *Territory Development*. 2025;(3):44—54. (In Russ.). <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2025-3-44-54>. <https://elibrary.ru/1stoso>.

Введение

В последние годы наблюдается тенденция к активному использованию социальных медиа представителями властных структур для взаимодействия с населением. Создание личных страниц на онлайн-платформах позволяет представителям государственной власти и местного самоуправления установить прямой контакт с гражданами для оперативного решения вопросов, касающихся жизнедеятельности конкретной территории. Например, согласно данным автономной некоммерческой организации «Диалог Регионы», к 2023 г. 86 руководителей регионов Российской Федерации зарегистрировали аккаунты в социальных сетях [1].

Данное обстоятельство свидетельствует о том, что использование современных коммуникационных технологий становится важным инструментом управления. Такое взаимодействие позволяет не только улучшить обратную связь, но и способствует формированию более доверительных отношений между властью и гражданами, создавая условия для продуктивного социального диалога¹.

В соответствии с Федеральным законом от 14 июля 2022 г. № 270-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон „Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления“ и статьей 10 Федерального закона „Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации“» государственные органы должны регулярно размещать информацию о своей деятельности на официальных страницах в социальных сетях. Закон обязывает ведом-

ства освещать реализуемые мероприятия и публиковать комментарии по актуальным вопросам в своих аккаунтах. Кроме того, распоряжением Правительства Российской Федерации от 21 сентября 2022 г. № 2523-р был утвержден и список ресурсов, на которых необходимо присутствовать ведомствам, ими стали «ВКонтакте» и «Одноклассники» (URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405136747/> (дата обращения: 28.11.2023)).

В настоящее время наиболее распространенным форматом работы в социальных медиа являются так называемые «госпаблики» — официальные страницы государственных учреждений и органов власти местного самоуправления (МСУ) в соцсетях. Для подтверждения подлинности официальной страницы органов власти или организации заверяют ее на госуслугах². По данным Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, на январь 2024 г. в социальных сетях было зарегистрировано 175,5 тыс. официальных страниц, на которые были подписаны 146 млн человек. Ежемесячно на этих страницах размещалось более 6 млн публикаций о работе государственных и муниципальных организаций [2].

Органы государственной власти и местного самоуправления используют цифровые платформы для осуществления коммуникационной стратегии, направленной на информирование граждан о деятельности должностных лиц в рамках их профессиональной компетенции, организации публичных мероприятий (включая встречи с населением и пресс-конференции для СМИ), распространения официальных сообщений и обеспечения обратной связи. Граждане, в свою очередь, используют социальные медиа для выражения общественного мнения по вопросам социально-экономического развития, а также для оценки эффективности деятельности органов власти в целом. Тем не менее необхо-

¹ Социальный диалог в контексте исследования понимается автором как форма социального взаимодействия с целью заинтересованного (обеими сторонами интеракции) решения наиболее важных социально-экономических, общественно-политических проблем. Особенность выстраивания диалога заключается в паритетности процесса общения на страницах онлайн-платформы. Такой тип диалога также предполагает определенное понимание не только предмета обсуждения между основными субъектами интеракции, но и понимание друг друга, что в конечном счете ведет к обоюдному консенсусу в системе взаимодействия власти и общества.

² После этого на странице в социальной сети появляется специальная отметка «Подтверждено через Госуслуги».

димо учитывать и ряд вызовов, связанных с информационной безопасностью и качеством предоставляемой информации на страницах онлайн-площадок.

Проблематика развития социальных сетей представляется достаточно актуальной. Российские ученые активно исследуют разные аспекты вовлеченности органов государственной (исполнительной и законодательной, федеральной и региональной) власти в социальные медиа, подчеркивая важность дальнейшей интеграции цифровых технологий в процессы государственного управления. Данные аспекты нашли свое отражение в трудах Е. А. Боженовой и А. Д. Мокан [3], Н. С. Будниковой [4], Д. М. Куприяновой [5], М. А. Лисничей [6], М. В. Росляковой [7], О. В. Ярыгина [8] и др.

Особо стоит отметить исследования взаимодействия органов местного самоуправления с населением в социальных сетях. Так, в трудах Н. К. Бинеевой [9], М. В. Коротковой [10], Д. В. Нехайчука и Е. В. Вовк [11], Н. В. Проказиной [12], М. В. Росляковой [13], Е. А. Шитовой [14] и ряда других исследователей подчеркивается влияние социальных медиа на формирование общественного мнения, активизацию гражданского участия в решении местных проблем. Кроме того, в исследованиях акцентируется внимание на важности использования онлайн-площадок для повышения прозрачности работы органов МСУ и укрепления связи между государством и обществом в целом.

Таким образом, целью исследования является изучение активности подписчиков официальных сообществ через анализ опубликованных информационных материалов в новостной ленте муниципальных пабликов, с акцентом на количественные и качественные показатели вовлеченности аудитории.

Для сравнительного анализа были выбраны пять официальных аккаунтов муниципальных образований Свердловской области в социальной сети «ВКонтакте»:

— Екатеринбург — <https://vk.com/ekadm> (официальное название паблика — «Администрация города Екатеринбурга»);

— Нижний Тагил — <https://vk.com/ntagilorg> (название паблика идентично наименованию города — «Нижний Тагил»);

— Каменск-Уральский — https://vk.com/ku_pressa (официальное название сообщества — «Администрация Каменска-Уральского»);

— Первоуральск — <https://vk.com/prvadm1732> (название паблика идентично наименованию города — «Первоуральск»);

— Серов — <https://vk.com/sgoadm> (официальное название паблика — «Администрация Серовского городского округа»).

В ходе исследования были собраны и изучены данные о публикациях за период с 1 января по 31 декабря 2024 г., включая информацию о самих сообществах:

— о количестве постов в новостной ленте сообществ (абсолютные данные за анализируемый период, средние значения в день);

— среднем количестве реакций (лайки, репосты и комментарии);

— ранжировании публикаций и создании матрицы по темам популярных постов (пять самых комментируемых публикаций в каждом сообществе за год).

Сбор данных происходил с помощью парсингового инструмента <https://popsters.ru/>. В исследовании показателей активности подписчиков изучаемых сообществ использовались метрики — Engagement Rate, Love Rate, Talk Rate, Visibility Rate, суммарные показатели.

Исследование имеет важное теоретическое значение, так как оно посвящено анализу воздействия цифровых технологий на степень социальных отношений в обществе. Особое внимание уделено рассмотрению роли онлайн-платформ, которые становятся ключевыми инструментами для разъяснения своей аудитории основных аспектов развития муниципального образования.

Результаты, представленные в научной статье, могут быть использованы для оптимизации информационного взаимодействия между органами МСУ и населением. Анализ вовлеченности подписчиков в работу официальных пабликов позволяет выявить успешные практики коммуникации, улучшить стратегию распространения информации на цифровых платформах, а также стать основой для разработки рекомендаций по повышению эффективности работы органов местного самоуправления в социальных медиа.

Результаты исследования

Информация о вовлеченности подписчиков официальных страниц муниципальных образований Свердловской области в социальной сети «ВКонтакте» демонстрирует заметные различия в количественных показателях.

Представим данные, которые позволяют определить эффективные стратегии коммуникации. Эти стратегии можно адаптировать для повышения активности пользователей и улучшения осведомленности населения о мерах, принимаемых органами власти на уровне местного самоуправления (табл. 1).

Таблица 1

**Статистические данные официальных сообществ муниципальных образований
Свердловской области за 2024 г. (по состоянию на 31 декабря 2024 г.)**
Statistical data of official communities of municipalities of Sverdlovsk region for 2024 (as of December 31, 2024)

Показатель для сравнения	Официальные сообщества муниципальных образований Свердловской области «ВКонтакте»				
	Екатеринбург	Нижний Тагил	Каменск-Уральский	Первоуральск	Серов
Количество подписчиков (всего)	8 061 (2019 г. — создание паблика)	41 644 (2014 г. — создание паблика)	11 064 (2013 г. — создание паблика)	12 314 (2018 г. — создание паблика)	10 772 (2019 г. — создание паблика)
Количество постов (в среднем за период в день)	5,3 (1 929 постов за период, всего)	8,4 (3 070 постов за период, всего)	6,9 (2 519 постов за период, всего)	6,3 (2 311 постов за период, всего)	1,5 (563 постов за период, всего)
Количество лайков (в среднем за период)	11	71	17	16	16
Количество репостов (в среднем за период)	1	3	2	4	2
Количество комментариев (в среднем за период)	3	2	1	2	1
Количество просмотров (в среднем за период)	2 120	3 585	2 045	2 176	2 082

Примечание. «Зеленая» зона означает максимальные значения; «красная» — минимальные; «желтая» — средние.
Note. The “green” zone means the maximum values; “red” — the minimum; “yellow” — the average.

**Анализ количества подписчиков
в официальных сообществах
муниципальных образований
Свердловской области**

В условиях современного информационного общества, когда социальные сети играют значительную роль в коммуникации с населением, количество подписчиков на официальные страницы органов власти может служить важным индикатором интереса и вовлеченности граждан в жизнь определенной территории в процессы принятия решений, обсуждение актуальных социальных и экономических вопросов.

Для более глубокого анализа целесообразно рассчитать относительное количество подписчиков на 1 тыс. человек населения в каждом из пяти представленных муниципалитетов. Такой подход, по мнению автора, позволяет оценить степень интереса (вовлеченности) граждан в работу конкретного паблика, а также изучить эффективность текущих методов коммуникации на онлайн-площадках.

Итак, анализ данных по количеству подписчиков в официальных сообществах муниципалитетов

позволяет выделить ключевые показатели (табл. 2).

Подписчиками любого паблика могут быть не только жители конкретной территории (региона, муниципального образования). Это обстоятельство влечет некоторые ограничения (погрешности) в верификации данных и в определенном смысле влияет на точность анализа.

Рейтинг влияния официального паблика в муниципальном образовании в зависимости от количества подписчиков на 1 тыс. человек населения выглядит следующим образом: Нижний Тагил — 126,0; Серов — 116,6; Первоуральск — 110,2; Каменск-Уральский — 68,7; Екатеринбург — 5,2.

Наиболее влиятельным пабликом в списке является «Нижний Тагил» с величиной 126,0, что указывает на высокий уровень интереса аудитории к публикуемому контенту, а также системной интеракции с подписчиками. Серов и Первоуральск следуют с показателями 116,6 и 110,2 соответственно, что также указывает на активное участие граждан в жизни данных муниципалитетов.

Анализ пабликов муниципальных образований Свердловской области относительно количества подписчиков на 1 тыс. человек населения

Analysis of the publics of municipalities of Sverdlovsk region regarding the number of subscribers per 1,000 people of the population

Муниципальное образование	Численность населения муниципального образования ¹	Количество подписчиков паблика (абсолютные числа на 31 декабря 2024 г.)	Количество подписчиков на 1 тыс. человек населения
Екатеринбург	1 536 183	8 061	5,2
Нижний Тагил	330 507	41 644	126,0
Каменск-Уральский	161 085	11 064	68,7
Первоуральск	111 751	12 314	110,2
Серов	92 349	10 772	116,6

Сообщество «Администрация города Екатеринбурга», созданное в 2019 г., имеет показатель 5,2. Для административного центра Свердловской области с населением более 1,5 млн человек этот показатель дает низкий результат. Автор связывает данный результат с различными факторами: во-первых, с его относительной молодостью по сравнению с другими сообществами региона; во-вторых, с высокой конкуренцией на самой онлайн-площадке Екатеринбурга. Данная площадка включает только 40 страниц и групп, размещающих разноплановую новостную информацию о жизни города, имеет аудиторию свыше 100 тыс. подписчиков. В этой ситуации пробиться в верхние ряды пабликов крайне сложно из-за насыщенности рынка.

Данные обстоятельства свидетельствуют о том, что сообщество имеет низкий уровень вовлеченности подписчиков и требуется тщательная проработка контентной стратегии официальной страницы Екатеринбурга для привлечения и удержания аудитории, а также для укрепления позиции (значимости) паблика в муниципальном контексте.

Анализ количества опубликованных постов в официальных сообществах муниципальных образований Свердловской области

Визуальный анализ данных за 2024 г. показал значительную вариативность в уровне активности рассматриваемых пабликов. Этот феномен свидетельствует о различиях в информационной политике и степени взаимодействия местных органов власти с гражданами. Показатели в официальных сообществах

уральских муниципалитетов представлены следующим образом (рейтинговое распределение постов, средние значения в день и абсолютные за исследуемый период): Нижний Тагил — 8,4 (3 070 опубликованных материалов за период); Каменск-Уральский — 6,9 (2 519); Первоуральск — 6,3 (2 311); Екатеринбург — 5,3 (1 929); Серов — 1,5 (563).

Паблик «Нижний Тагил» демонстрирует наибольшую активность в части публикации информационных материалов в новостной ленте (среднее количество постов в день составило 8,4). Высокая степень распространения контента может свидетельствовать о целенаправленной политике администрации сообщества, действенной работе по подготовке материалов, направленной на системное информирование граждан и вовлечение аудитории в работу паблика. Публикуемый медиа-продукт включает актуальные новости, анонсы разных городских мероприятий, которые играют ключевую роль в информировании аудитории о событиях на муниципальном уровне.

Каменск-Уральский и Первоуральск показали схожий уровень активности (среднее количество постов в день составило 6,9 и 6,3 соответственно). Данные показатели демонстрируют и хороший уровень взаимодействия между местными властями и населением, определяя фактурность социального развития территории и укрепления общественного доверия в целом.

В Екатеринбурге среднее количество постов составило 5,3 в день. Считаем, что этот показатель также является положительным несмотря на то что он ниже, чем в Нижнем Тагиле и других муниципалитетах. Возможно, это связано с большим объемом информации, которую необходимо обработать в крупном городе или с необходимостью балансирова-

¹ Численность постоянного населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2024 г. 2024. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/BUL_MO_2024.xlsx

ния между различными каналами коммуникации. Учитывая статус Екатеринбурга как административного центра, активность паблика может служить важным инструментом для продвижения информации о ключевых событиях и проектах, влияющих не только на местных жителей, но и на весь уральский регион.

Паблик «Серов» характеризуется наименьшим уровнем публикаций (1,5 поста в день). Данный факт сигнализирует о наличии пробелов в коммуникационной практике местной администрации и требует глубокого анализа и корректировки контентной стратегии с целью активизации информационной деятельности сообщества.

Анализ параметров активности официальных сообществ муниципалитетов Свердловской области показывает наличие значительных различий в информировании населения о текущей обстановке в населенном пункте и в регионе в целом. Высокие показатели Нижнего Тагила, Каменск-Уральского и Первоуральска могут служить эффективными моделями для других муниципальных образований уральского региона, стремящихся повысить свою активность через размещение публикаций в своих новостных лентах.

Оценка уровня вовлеченности в официальных сообществах муниципальных образований Свердловской области (анализ количества лайков, репостов, комментариев)

Анализ вовлеченности подписчиков официальных пабликов муниципальных образований позволяет оценить реакцию аудитории на информацию, которая публикуется в новостной ленте, а затем обсуждается в социальных медиа. Используемые в исследовании показатели, такие как количество лайков, репостов¹ и комментариев, могут варьироваться в зависимости от числа подписчиков паблика и служат индикаторами уровня заинтересованности и активности пользователей.

Кроме того, анализ массива таких данных способствует пониманию специфики взаимодействия аудитории сообществ с органами местного самоуправления, а также помогает понять особенности реализуемой стратегии коммуникации конкретным сообществом.

Итак, сообщество «Нижний Тагил» демонстрирует высокую степень вовлеченности подписчиков, что отражается в среднем количестве лайков (71) и репостов (3). Такая активность указывает на наличие «рабочей» аудитории, сформированной за счет раннего старта сообщества в «ВКонтакте» в 2014 г. Данное обстоятельство, в свою очередь, способствует интерактивному взаимодействию пользователей с пабликом, повышает уровень обратной связи и укрепляет медиасвязи внутри группы. Кроме того, по мнению автора, высокая активность паблика является показателем его социальной значимости, способности к генерации актуального контента, отвечающего запросам аудитории.

Официальные сообщества Каменск-Уральского, Серова и Первоуральска занимают средние позиции, схожие по уровням взаимодействия с подписчиками (см. табл. 1). Представленные показатели свидетельствуют о сходстве в активности пабликов в медиaprостранстве. Однако официальная страница сообщества «Первоуральск» с чуть большим количеством репостов, возможно, более успешно коммуницирует с аудиторией, размещая важную информацию для пользователей.

Паблик «Администрация города Екатеринбурга», созданный в 2019 г., демонстрирует наименьшую активность среди всех исследуемых сообществ, с минимальными показателями: 11 лайков, 1 репост и 3 комментария в среднем за сутки. Данное обстоятельство может свидетельствовать о низком уровне вовлеченности подписчиков или невысоком качестве публикуемого контента. Степень активного участия пользователей в обсуждении и репостах может быть оценена через призму содержания публикуемого контента, а также методов его продвижения.

Результаты исследования уровня вовлеченности указывают на некоторые ключевые аспекты, касающиеся управления пабликами в социальных сетях: во-первых, прослеживается четкая и устойчивая связь между годом создания паблика и уровнем активности. Более старые паблики (в нашем случае — паблик «Нижний Тагил»), как правило, имеют более высокие показатели активности подписчиков; во-вторых, активные паблики демонстрируют более высокий уровень взаимодействия с подписчиками, что подчеркивает важность коррекции контентной политики для повышения вовлеченности аудитории в менее активных сообществах; в-третьих, вопросы стратегии управления контентом и развития пользовательской аудитории тре-

¹ Репостинг в социальных сетях свидетельствует о том, что информация, публикуемая в новостной ленте, является значимой для подписчика, который принимает решение поделиться ею на своей личной странице с целью информирования своей аудитории.

буют дальнейшей научной проработки. Активные паблики могут служить образцом для менее успешных групп, предлагая эффективные методы взаимодействия и контентного планирования на онлайн-площадках.

Анализ контентной стратегии новостной ленты официальных пабликов муниципальных образований Свердловской области по комментариям

Анализ комментариев к постам в социальных сетях является также важным инструментом для оценки вовлеченности аудитории, особенно в контексте официальных пабликов органов власти. Комментарии представляют собой ценнейший источник обратной связи, позволяя выявлять эмоциональные реакции пользователей и их интересы.

Кроме того, активность пользователей в комментариях служит индикатором уровня доверия граждан к деятельности органов власти, что позволяет корректировать контент в соответствии с общественными ожиданиями. Составление рейтинга популярных постов по количеству комментариев за 2024 г. позволяет выявить наиболее резонирующие темы и форматы.

Итак, в рамках исследования, основываясь на метрике, отражающей количество комментариев в каждом уральском паблике, были выбраны пять популярных информационных материалов, которые были опубликованы в 2024 г. Ключевой задачей анализа стало определение тематики постов для оценки их соответствия контентной стратегии (табл. 3).

Таблица 3

Анализ и ранжирование постов по количеству комментариев за 2024 г. (по состоянию на 31 декабря 2024 г.)

Analysis and ranking of posts by the number of comments for 2024 (as of December 31, 2024)

Официальные сообщества муниципальных образований Свердловской области «ВКонтакте»	Рейтинг постов (1—5-е места) (тематика и расчет по количеству комментариев)				
	1	2	3	4	5
Екатеринбург	Транспорт https://vk.com/ekadm?w=wall-181135280_16633	Транспорт https://vk.com/ekadm?w=wall-181135280_19121	Прямая линия с главой города https://vk.com/ekadm?w=wall-181135280_15490	Культура https://vk.com/ekadm?w=wall-181135280_17209	Культура https://vk.com/ekadm?w=wall-181135280_13955
Нижний Тагил	Игра (бот) https://vk.com/wall-81777775_165841	Подписчики — предложение https://vk.com/wall-81777775_168126	Игра (бот) https://vk.com/wall-81777775_169383	Игра (бот) https://vk.com/wall-81777775_165313	Визит Президента Российской Федерации в город https://vk.com/wall-81777775_157179
Каменск-Уральский	Транспорт https://vk.com/wall-55612556_32274	Кадры — отставка https://vk.com/wall-55612556_32028	ЖКХ — устранение аварии https://vk.com/wall-55612556_32578	Транспорт https://vk.com/wall-55612556_30963	Благоустройство https://vk.com/wall-55612556_30760
Первоуральск	Благоустройство https://vk.com/wall-175414081_33266	Транспорт https://vk.com/wall-175414081_35588	Транспорт https://vk.com/wall-175414081_38334	Транспорт https://vk.com/wall-175414081_38413	ТБО https://vk.com/wall-175414081_34886
Серов	Соболезнование https://vk.com/wall-181749248_16667	ЖКХ https://vk.com/wall-181749248_17014	Соболезнование https://vk.com/wall-181749248_16334	Благоустройство https://vk.com/wall-181749248_16563	Благоустройство https://vk.com/wall-181749248_17446

Визуальный обзор публикаций в официальных сообществах показал заметные различия контента. Это заключение становится более очевидным при анализе данных табл. 4, в которой тематика постов выделена с помощью цветовой кодировки. По мнению

автора, такой подход визуализации способствует более четкому восприятию тематических различий контентного наполнения официальных сообществ уральских муниципалитетов (рисунок).

Официальные сообщества муниципальных образований Свердловской области «ВКонтакте»	Рейтинг постов (1—5-е места) (тематика и рейтинг публикаций по количеству комментариев)				
	1	2	3	4	5
Екатеринбург	Транспорт	Транспорт	Прямая линия с главой города	Культура	Культура
Нижний Тагил	Игра (бот)	Подписчики — предложение	Игра (бот)	Игра (бот)	Визит Президента РФ в город
Каменск-Уральский	Транспорт	Кадры — отставка	ЖКХ	Транспорт	Благоустройство
Первоуральск	Благоустройство	Транспорт	Транспорт	Транспорт	ТБО
Серов	Соболезнование	ЖКХ	Соболезнование	Благоустройство	Благоустройство

Матрица результатов анализа и ранжирования самых комментируемых постов за 2024 г.

с цветовой кодировкой (по состоянию на 31 декабря 2024 г.)

An outcome matrix of the analysis and ranking of the most commented posts for 2024 (as of December 31, 2024)

Исследования официальных пабликов позволяют сделать следующие выводы.

Так, в официальном паблике Екатеринбурга — посты, касающиеся функционирования общественного транспорта, занимают 1-е и 2-е места по количеству комментариев. Данный факт свидетельствует о высоком уровне интереса аудитории к данному вопросу города. Значительная активность пользователей в обсуждениях подтверждает, что проблематика доступности и качества транспортных услуг в Екатеринбурге являются приоритетными для горожан. В то же время посты (например, на тему культуры) хоть и находятся в верхней части рейтинга, тем не менее не достигают аналогичного уровня вовлеченности подписчиков сообщества.

В сообществе «Нижний Тагил» акцент поставлен на игровом формате публикаций, на так называемой геймификации постинга с помощью чат-бота. Именно такого рода публикации занимают высокие позиции рейтинга по количеству комментариев. На наш взгляд, данная стратегия, безусловно, привлекает внимание пользователей, однако вовлеченность может оказаться недостаточно глубокой, поверхностной, не затрагивающей важные аспекты городской жизни. Негативной стороной такого подхода является вероятность превращения паблика в развлекательный ресурс и, как результат, — снижение его ценности у аудитории. В связи с этим необходимо находить баланс между развлекательным и информационным контентом для обеспечения эффективного общения с жителями.

Паблик «Каменск-Уральский» демонстрирует схожие результаты с пабликом уральской столицы касательно обсуждения проблемы работы общественного транспорта, что подтверждает значимый интерес у аудитории сразу двух муниципалитетов. Темы «ЖКХ» и «Благоустройство», занимающие 2-е и 5-е места в рейтинге, показали, что подписчиков городского сообщества заботят не только проблемы транспорта, но и вопросы уровня качества жизни в муниципалитете.

Публикации, касающиеся вопросов благоустройства, заняли 1-е место по пользовательской реакции и в Первоуральске, и в Серове. Данный факт свидетельствует о высоком интересе жителей муниципалитетов к проблеме обустройства городской инфраструктуры, что приводит к активному комментированию информации.

Более того, в паблике «Первоуральск» посты, посвященные работе общественного транспорта, занимают сразу три места в рейтинге (со 2-го по 4-е место). На наш взгляд, данное обстоятельство подчеркивает важность темы доступности транспортных услуг в современных условиях, когда общественный транспорт играет одну из ключевых ролей в жизни города.

В официальном сообществе «Серов» 1-е и 3-е места в рейтинге занимают публикации на тему «Соболезнование». Такие публикации демонстрируют эмоциональную связь сообщества, поскольку способствуют формированию чувства общности и поддержки среди людей, переживающих утрату. Тема «ЖКХ» также занимает важное место

в обсуждениях подписчиков. Судя по проблематике, освещаемой в сообществах, можно сделать вывод о том, что аудиторию беспокоит состояние коммунальной инфраструктуры (в Серове) и обращение с твердыми бытовыми отходами (в Первоуральске).

Исходя из этого, можно заключить, что контентная политика пабликов муниципальных образований Свердловской области демонстрирует высокую степень интереса со стороны подписчиков к важным темам города.

Рабочий вариант контентной стратегии должен сочетать и информативные, и развлекательные компоненты, тем самым обеспечивая качественное взаимодействие с жителями при решении ключевых городских проблем. Кроме того, он будет способствовать усилению вовлеченности пользователей в работу сообщества, повысит значимость самих пабликов как надежных источников информации и поддержки для граждан со стороны местных властей.

Заключение

Анализ активности пользователей на официальных страницах муниципальных образований Свердловской области в социальной сети «ВКонтакте» выявил некоторые различия в уровне вовлеченности граждан, что косвенно отражает их интерес к проблематике, обсуждаемой в данных сообществах.

Из исследуемых пабликов официальный паблик «Нижний Тагил» демонстрирует наиболее высокий уровень вовлеченности подписчиков, что выражается в значительном количестве подписчиков, частоте публикаций и высоких показателях лайков и просмотров. К ключевым факторам, поддерживающим этот феномен, относятся публикации,

отвечающие интересам аудитории и способствующие большему взаимодействию через комментирование и репостинг. Сюда относятся опросы, викторины, использование игровых форматов; системная (плановая) публикация и обновление новостной ленты, поддерживающие интерес подписчиков; обсуждение актуальных городских проблем (сообщества оперативно информируют о местных происшествиях и событиях и чаще получают положительный отклик от подписчиков).

Данные аспекты позволяют не только удерживать текущую аудиторию, но и способствуют виральному охвату (т. е. способствуют привлечению новых подписчиков), что, в свою очередь, повышает лояльность к сообществу аудитории онлайн-площадки.

Итак, высокий уровень вовлеченности подписчиков пабликов можно объяснить сочетанием активного взаимодействия с аудиторией, разнообразием контента и актуальностью информации для местных жителей. Именно эти факторы создают среду, способствующую формированию сообщества и повышению интереса к публикациям.

Таким образом, исследование демонстрирует прямую зависимость между контентной стратегией и вовлеченностью аудитории в социальных сетях. Полученные данные указывают на необходимость разработки индивидуализированных подходов к формированию контента для пабликов с низкой активностью. Успешные сообщества, демонстрирующие высокие показатели вовлеченности, могут служить моделями для оптимизации стратегий менее активных пабликов, что позволит повысить эффективность взаимодействия с целевой аудиторией в целом.

Список источников

1. Винокуров А. Почти две трети россиян одобряют личное присутствие губернаторов в соцсетях // Коммерсант. 2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5986408> (дата обращения: 07.01.2025).
2. Каждый третий россиянин подписан на госпаблики. 2024. URL: <https://digital.gov.ru/ru/events/49282/> (дата обращения: 07.01.2025).
3. Боженова Е. А., Мокан А. Д. Диалог исполнительной власти и общества в социальной сети «ВКонтакте» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. Т. 16, вып. 10. С. 3464—3470. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dialog-ispolnitelnoy-vlasti-i-obschestva-v-sotsialnoy-seti-vkontakte/viewer> (дата обращения: 05.01.2025).
4. Будникова Н. С. Информационная открытость государства в России: органы исполнительной власти в социальных сетях // Социодинамика. 2023. № 6. С. 22—35. DOI: 10.25136/2409-7144.2023.6.40709
5. Куприянова Д. М. Популяризация и модернизация социальных сетей в сфере деятельности органов власти // Вестник науки. 2024. № 12 (81), т. 2. С. 983—990. URL: <https://www.vestnik-nauki.rf/archiv/journal-12-81-2.pdf#page=983> (дата обращения: 04.01.2025).
6. Лисничая М. А. Феномен социальных сетей как инструмент диалога органов власти и общественности // Гуманитарные, социально-экономические общественные науки. 2024. № 12. С. 74—78. <https://doi.org/10.24412/2220-2404-2024-12-12>

7. Рослякова М. В. Социальные сети в деятельности органов исполнительной власти: адаптация к новым способам взаимодействия // Социодинамика. 2022. № 7. С. 42—56. DOI: 10.25136/2409-7144.2022.7.38467
8. Ярыгин О. В. Факторы доверия граждан к правительству в социальных сетях // E-Scio. 2023. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-doveriya-grazhdan-k-pravitelstvu-v-sotsialnyh-setyah/viewer> (дата обращения: 07.01.2025).
9. Бинева Н. К. Миграция в дискурсивном поле виртуальных социальных сетей: анализ контента публикаций жителей Ростовской области // Гуманитарий юга России. 2020. Т. 9 (45), № 5. URL: <https://www.jour.fnisc.ru/index.php/hsr/article/view/7683/7515> (дата обращения: 06.01.2025).
10. Короткова М. В. Формирование информационно-коммуникационной системы взаимодействия органов власти и населения // Коммуникология : электронный научный журнал. 2021. Т. 6, № 3. С. 88—97. URL: https://drive.google.com/file/d/1ZyBRRNR1EQZ8sZowdEfkiZWc6yaeXP_m/view (дата обращения: 08.01.2025).
11. Нехайчук Д. В., Вовк Е. В. Особенности связей с общественностью органов местного самоуправления // МедиаВектор. 2024. С. 51—58. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-svyazey-s-obschestvennostyu-organov-mestnogo-samoupravleniya> (дата обращения: 05.01.2025).
12. Проказина Н. В. Цифровая грамотность как основа диалога власти и населения в условиях пандемии // Цифровая социология. 2021. Т. 4, № 3. С. 36—43. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-3-36-43>
13. Рослякова М. В. Официальные страницы администраций городов России в социальных сетях: анализ активности и вовлеченности аудитории // Социодинамика. 2024. № 12. С. 105—122. DOI: 10.25136/2409-7144.2024.12.72728
14. Шумова Е. А. Стратегии и тактики коммуникации органов МСУ с жителями муниципалитета посредством электронных ресурсов // Медиасреда. 2019. С. 118—123. URL: <https://library.csu.ru/rubrbooks2/view2?code=vch/mediasreda/2019/01/022> (дата обращения: 07.01.2025).

References

1. Vinokurov A. Pochti dve treti rossiyan odobryayut lichnoe prisutstvie gubernatorov v sotssetyakh [Almost Two Thirds of the Russians Approve of Personal Presence of Governors in Social Networks], *Kommersant* [Kommersant], 2023. Available at: <https://www.kommersant.ru/doc/5986408> (accessed: 07.01.2025).
2. *Kazhdyi tretiy rossiyanin podpisan na gospubliki* [Every third Russian is Subscribed to Gospublics], 2024. Available at: <https://digital.gov.ru/ru/events/49282/> (accessed: 07.01.2025).
3. Bozhenova E.A., Mogan A.D. Dialog ispolnitel'noy vlasti i obshchestva v sotsial'noy seti "VKontakte" [Dialogue of Executive Power and Society in the Social Network VKontakte], *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philological Science. Issues of Theory and Practice], 2023, vol. 16, issue 10, pp. 3464—3470. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/dialog-ispolnitel'noy-vlasti-i-obschestva-v-sotsial'noy-seti-vkontakte/viewer> (accessed: 05.01.2025).
4. Budnikova N.S. Informatsionnaya otkrytost' gosudarstva v Rossii: organy ispolnitel'noy vlasti v sotsial'nykh setyakh [Transparency of State in Russia: Bodies of Executive Power in Social Networks], *Sotsiodinamika* [Sociodynamics], 2023, no. 6, pp. 22—35. DOI: 10.25136/2409-7144.2023.6.40709
5. Kupriyanova D.M. Populyarizatsiya i modernizatsiya sotsial'nykh setey v sfere deyatel'nosti organov vlasti [Popularization and Modernization of Social Networks in the Activity of Bodies of Power], *Vestnik nauki* [Herald of Science], 2024, no. 12 (81), vol. 2, pp. 983—990. Available at: <https://www.vestnik-nauki.ru/archiv/journal-12-81-2.pdf#page=983> (accessed: 04.01.2025).
6. Lisnichaya M.A. Fenomen sotsial'nykh setey kak instrument dialoga organov vlasti i obshchestvennosti [Phenomenon of Social Networks as an Instrument of the Dialogue between Power and Society], *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie obshchestvennye nauki* [Humanities, Socio-Economic, Social Sciences], 2024, no. 12, pp. 74—78. <https://doi.org/10.24412/2220-2404-2024-12-12>
7. Roslyakova M.V. Sotsial'nye seti v deyatel'nosti organov ispolnitel'noy vlasti: adaptatsiya k novym sposobam vzaimodeystviya [Social Networks in the Activity of Bodies of Executive Power: Adaptation to New Ways of Interaction], *Sotsiodinamika* [Sociodynamics], 2022, no. 7, pp. 42—56. DOI: 10.25136/2409-7144.2022.7.38467
8. Yarygin O.V. Faktory doveriya grazhdan k pravitel'stvu v sotsial'nykh setyakh [Factors of Citizens' Trust to Government in Social Networks], *E-Scio*, 2023. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-doveriya-grazhdan-k-pravitelstvu-v-sotsialnyh-setyah/viewer> (accessed: 07.01.2025).
9. Bineva N.K. Migratsiya v diskursivnom pole virtual'nykh sotsial'nykh setey: analiz kontenta publikatsiy zhiteley Rostovskoy oblasti [Migration in Discourse Field of Virtual Social Networks: Analysis of Publications Content of Residents of Rostov Region], *Gumanitarniy yuga Rossii* [Humanitarian of Southern Russia], 2020, vol. 9 (45), no. 5. Available at: <https://www.jour.fnisc.ru/index.php/hsr/article/view/7683/7515> (accessed: 06.01.2025).
10. Korotkova M.V. Formirovanie informatsionno-kommunikatsionnoy sistemy vzaimodeystviya organov vlasti i naseleniya [[Evolution of Information-Communication System of Interaction of Bodies of Power and Society], *Kommunikologiya: elektronnyy nauchnyy zhurnal* [Communicology: Electronic Scien-

tific Journal], 2021, vol. 6, no. 3, pp. 88–97. Available at: https://drive.google.com/file/d/1ZyBRRNR1EQZ8sZowdEfkiZwC6yaeXP_m/view (accessed: 08.01.2025).

11. Nekhaychuk D.V., Vovk E.V. Osobennosti svyazey s obshchestvennost'yu organov mestnogo samoupravleniya [Special Aspects of Relations Between Society and Local Self-Government Authorities], *MediaVektor* [MediaVector], 2024, pp. 51–58. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-svyazey-s-obshchestvennostyu-organov-mestnogo-samoupravleniya> (accessed: 05.01.2025).

12. Prokazina N.V. Tsifrovaya gramotnost' kak osnova dialoga vlasti i naseleniya v usloviyakh pandemii [Digital Literacy as the Basis for the Dialogue between Power and Population in the Conditions of Pandemic], *Tsifrovaya sotsiologiya* [Digital Sociology], 2021, vol. 4, no. 3, pp. 36–43. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-3-36-43>

13. Roslyakova M.V. Ofitsial'nye stranitsy administratsiy gorodov Rossii v sotsial'nykh setyakh: analiz aktivnosti i вовлеченности аудитории [Official Pages of Administrations of Russian Cities in Social Networks: Analysis of Activity and Involvement], *Sotsiodinamika* [Sociodynamics], 2024, no. 12, pp. 105–122. DOI: 10.25136/2409-7144.2024.12.72728

14. Shitova E.A. Strategii i taktiki kommunikatsii organov MSU s zhitelyami munitsipaliteta posredstvom elektronnykh resursov [Strategy and Tactics of Communication of Local Government Bodies with Residents of Municipalities through Electronic Resources], *Mediasreda* [Media Environment], 2019, pp. 118–123. Available at: <https://library.csu.ru/ru/rbooks2/view2?code=vch/mediasreda/2019/01/022> (accessed: 07.01.2025).

Информация об авторе

Олухов Николай Владимирович — кандидат социологических наук, доцент кафедры философии и гуманитарных наук, Уральский институт государственной противопожарной службы МЧС России, Екатеринбург, Российская Федерация. E-mail: nikeoluhov@mail.ru

Information about the author

Nikolay V. Olukhov — Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy and Humanities, Ural Institute of the State Fire Service of the Ministry of Emergency Situations of Russia, Yekaterinburg, Russian Federation. E-mail: nikeoluhov@mail.ru

Статья поступила в редакцию 07.02.2025; одобрена после рецензирования 18.04.2025; принята к публикации 10.06.2025.
The article was submitted 07.02.2025; approved after reviewing 18.04.2025; accepted for publication 10.06.2025.