



оригинальная статья

eLibrary EDN: UKCAYO

Особенности SMM-стратегии и медиапотребления политических новостей на официальных страницах органов государственной власти

Ненашева Анна Витальевна

Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Россия, Санкт-Петербург

eLibrary Author SPIN: 4981-9081

<https://orcid.org/0000-0001-9701-2486>anna-nenasheva@mail.ru

Аннотация: Цель – исследовать особенности медиапотребления политических новостей интернет-пользователями в группах официальных органов государственной власти в социальной сети ВКонтакте на современном этапе развития международных отношений между Российской Федерацией и другими странами. Анализ особенностей медиапотребления проводился на основе публикаций на официальных страницах органов государственной власти в социальной сети ВКонтакте в 2023–2025 гг.: «Комитет по внешним связям Санкт-Петербурга», «Представительство МИД России в Санкт-Петербурге», «Межпарламентская Ассамблея СНГ». Уникальность статьи заключается в комплексном подходе, который объединяет качественный и количественный методы для оценки контента, медиапотребления на примере официальных страниц органов государственной власти в социальной сети ВКонтакте. Разработаны рекомендации, направленные на улучшение SMM-стратегии и медиапотребления: 1) расширять дискуссии, предлагая темы для обсуждения; 2) выявлять интересы и поведение интернет-пользователей, интересующихся официальными страницами органов государственной власти; 3) внедрять опыт активных ответов на вопросы пользователей в социальных сетях; 4) налаживать контакт с аудиторией, используя неофициальный стиль общения. Предложенный в работе способ оценки активности аудитории в социальных сетях представляется актуальным с методической точки зрения. Для полноценного применения предложенного подхода необходима оценка большего количества страниц, связанных с внешнеполитической деятельностью в социальных сетях.

Ключевые слова: SMM-стратегия, медиапотребление, политическая коммуникация, социальные сети, ВКонтакте, официальные страницы, органы государственной власти

Цитирование: Ненашева А. В. Особенности SMM-стратегии и медиапотребления политических новостей на официальных страницах органов государственной власти. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2026. Т. 11. № 2. С. 199–208. <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2026-11-2-199-208>

Поступила в редакцию 19.09.2025. Принята после рецензирования 24.11.2025. Принята в печать 01.12.2025.

original article

SMM strategy and Media Consumption of Political News: Official Internet Accounts of Government Agencies

Anna V. Nenasheva

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, North-West Institute of Management, Russia, Saint-Petersburg

eLibrary Author SPIN: 4981-9081

<https://orcid.org/0000-0001-9701-2486>anna-nenasheva@mail.ru

Abstract: The article examines current media consumption patterns regarding political news among Internet users that follow official government accounts (VKontakte social network, 2023–2025). The study analyzed the accounts

of The Committee for External Relations of St. Petersburg, The Representative Office of the Ministry of Foreign Affairs of Russia in St. Petersburg, and The Interparliamentary Assembly of the CIS. An integrated approach combined qualitative and quantitative methods to evaluate content and audience engagement. It yielded several recommendations for optimizing content strategy: 1) expanding the range of discussion topics; 2) conducting a comprehensive analysis of user interests and behavioral patterns; 3) ensuring more timely responses to user inquiries; 4) adopting a more informal communication style. The proposed methodology for assessing social media activity is considered methodologically sound. However, its full-scale implementation requires a broader study of a larger number of domestic accounts involved in foreign policy activities.

Keywords: SMM strategy, media consumption, political communication, social networks, VKontakte, official Internet accounts, government agencies

Citation: Nenasheva A. V. SMM strategy and Media Consumption of Political News: Official Internet Accounts of Government Agencies. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2026, 11(2): 199–208. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2026-11-2-199-208>

Received 19 Sep 2025. Accepted after review 24 Nov 2025. Accepted for publication 1 Dec 2025.

Введение

В условиях современной политической обстановки социальные сети стали не только важным источником информации, но и главной платформой для взаимодействия с потребителями новостей, т. к. они позволяют публиковать новости и ознакомиться с ними, предоставляют доступ к мнениям и различным точкам зрения, а также дают возможность интернет-пользователям взаимодействовать с контентом и получать обратную связь, увеличивая таким образом доверие к органам государственной власти [1]. Измерение уровня медиапотребления политических новостей в социальных сетях в рамках политической коммуникации позволяет выявить особенности этого процесса.

Официальные страницы органов государственной власти могут получать от внешней среды запросы, которые формируют их деятельность. В результате обработки запросов могут публиковаться посты, информация в которых отражает потребности общества [2]. Таким образом, постоянная обратная связь с аудиторией способствует увеличению эффективности работы официальной страницы в сети Интернет.

Использование социальных сетей политиками включает разработку стратегий для привлечения внимания и удержания интереса граждан к политическим идеям. При этом необходимо учитывать особенности политической коммуникации в разных социальных сетях, а также риски, связанные с использованием соцсетей в политических целях.

Современные трактовки медиапотребления акцентируют внимание на роли аудитории, особенностях социального поведения, использовании информационного продукта [3–5]. Органы исполнительной власти создают официальные страницы

в социальных сетях, ведение которых подразумевает также и онлайн-взаимодействие с интернет-пользователями. Администрация таких сообществ старается найти новые способы вовлечения аудитории и привлекает новых подписчиков, увеличение числа которых способствует более быстрому информированию граждан.

Существует три основных определения понятия *медиапотребление* [6]:

1. Использование населением средств массовой коммуникации для потребления распространяемого ими содержания (контента). Однако сегодня аудитория может уже не просто потреблять контент, но и активно действовать в отношении контента – ставить лайки, делать репосты, оставлять комментарии и т. д. [7].

2. Использование медиатизированных коммуникативных практик. Благодаря цифровизации медиатехнологии стали средствами массового общения. Сегодня коммуникационные технологии наиболее востребованы, и медиапотребление представляет собой не только потребление контента, но и использование медиа для общения, а также медийные форматы социальной коммуникации.

3. Использование медиа для реализации профессиональных и повседневных практик. Цифровые информационные технологии привели к медиатизации разных социальных практик, связанных с работой, учебой и т. д. Задействование медиатехнологий для решения разных задач становится частью современного медиапотребления.

В данной статье автор опирается на первое (традиционное) определение медиапотребления. В качестве показателей вовлеченности нами рассматриваются лайки, репосты, комментарии.

В современных исследованиях типология медиапотребления имеет важное значение, позволяя определять особенности взаимодействия между новостями в социальных сетях и интернет-пользователями. Для нас интерес представляет типология, основанная на целях использования информации. Согласно ей, выделяются такие мотивации медиапотребления, как познавательная, коммуникативная и т.д. В соответствии с этим *политическое медиапотребление* трактуется нами как социальная практика использования коммуникационных средств для получения и освоения определенного символического содержания и осуществления социальных связей и взаимодействий [8].

Использование социальных сетей в политической коммуникации является широко обсуждаемой научным сообществом разных стран темой. Однако первыми учеными, которые проявили интерес в отношении данного вопроса, были представители западных стран. Объектом изучения исследований стало применение социальных платформ во время президентских выборов. Такое активное внимание исследователей объясняется значимостью выборов в политической жизни страны. Активное изучение мнений избирателей, увеличение политической активности способствовали росту научного интереса в этой области [9].

Современная роль социальных сетей в политическом процессе важна, и можно выделить следующие варианты задействования современных технологий в данном процессе:

1) информирование и пропаганда: возможность быстро и широко распространять информацию о политических событиях, решениях, заявлениях политиков; политики могут использовать платформы для пропаганды своих взглядов и идеологий, а также для формирования положительного образа;

2) облегчение мобилизации граждан для участия в политических акциях, митингах, протестах, выборах [10];

3) формирование общественного мнения: выражение гражданами своего мнения; обсуждение политических вопросов; влияние на общественное настроение [11];

4) взаимодействие с избирателями: возможность напрямую общаться с избирателями, отвечать на их вопросы, получать обратную связь [12];

5) критика и контроль: граждане могут критиковать действия политиков, выявлять злоупотребления властью [13].

Социальные сети для органов государственной власти выступают неотъемлемой частью их деятель-

ности и представляют собой инструмент, который способствует формированию имиджа, демонстрирует их работу, обеспечивает оперативное взаимодействие с аудиторией в Интернете. Участие подписчиков в обсуждениях новостей взаимосвязано с медиапотреблением новостей.

Редактор официальной страницы в соцсети не только публикует новости о важных международных событиях [14], но и привлекает внимание аудитории, получает от нее обратную связь, грамотно выстраивая контент-план публикаций. Например, в текстах новостей могут освещать разные темы, а также сопровождаться фото- или видеоматериалами. Благодаря такому подходу представители органов государственной власти больше взаимодействуют со своей аудиторией в Интернете и привлекают еще большее число подписчиков.

Для органов государственной власти ведение социальных сетей стало обязательным, однако контент может отличаться на разных страницах. Тем не менее страницы органов государственной власти в социальных сетях становятся важным источником актуальной информации, которую цитируют как граждане, так и средства массовой информации [15], и инструментом формирования общественного мнения.

С активным развитием Интернета и социальных сетей политическая активность аудитории значительно увеличивается. Она может подразумевать проявление гражданской позиции пользователей, выражающееся в обсуждении, критике, поддержке политических событий, партий, лидеров, а также в участии в онлайн-акциях и кампаниях [16]. Активное развитие страниц в социальных сетях оказывает огромное влияние на политическую коммуникацию в современной сложившейся внешнеполитической обстановке. Исследование такого вида коммуникации важно для понимания ее роли в работе органов государственной власти.

Активное внедрение цифровых технологий изменило подходы к взаимодействию представителей органов государственной власти с аудиторией, которые теперь направлены на рост гражданского участия в международной политике государства [17]. Подобное взаимодействие делает политику более открытой, прозрачной для граждан.

Внедрение цифровых современных политических процессов определяется активным развитием социальных сетей. В современном мире происходит переход от традиционной прямой коммуникации к виртуальному взаимодействию [18]. С увеличением числа подписчиков в официальных группах органов государственной власти происходит и изменение социального взаимодействия.

Российские социальные сети и мессенджеры дают гражданам возможность участвовать в принятии решений, выражать мнение и активно включаться в дискуссии общественности. Они поддерживают координацию кампаний, объединяя людей [19].

Цель работы – исследовать особенности медиапотребления политических новостей интернет-пользователями в группах официальных органов государственной власти в социальной сети ВКонтакте на современном этапе развития международных отношений между Российской Федерацией и другими странами.

Методы и материалы

Анализ особенностей медиапотребления проводился на основе публикаций на официальных страницах органов государственной власти в социальной сети ВКонтакте в 2023–2025 гг.: «Комитет по внешним связям Санкт-Петербурга», «Представительство МИД России в Санкт-Петербурге», «Межпарламентская Ассамблея СНГ»¹.

Выбор методов исследования обусловлен их распространенным применением в анализе социальных сетей для оценки взаимодействия с аудиторией. К ним относятся:

- контент-анализ текстов, применяемый для систематического анализа содержания текстовых материалов на исследуемых официальных страницах;
- оценка вовлеченности аудитории, которая показывает, насколько активно пользователи взаимодействуют с контентом;
- сравнение данных и показателей за 2023–2025 гг. для выявления общих и индивидуальных тенденций современного медиапотребления.

Теоретическая база исследования – научные публикации, посвященные SMM-стратегиям, применяемым на страницах в социальных сетях. Например, Э. Б. Уртаева и Д. А. Клушева не только раскрывают способы взаимодействия с гражданами, но и делают акцент на важности визуального компонента для понимания сути происходящих событий в жизни дипломатического ведомства [20; 21]. М. А. Росляков анализирует страницу в социальной сети Директора Департамента информации и печати Министерства иностранных дел (МИД России) [22]. А. В. Жуков же рассматривает социальные сети как инструмент политики дезинформации, организации социальных протестов [23].

Уникальность статьи заключается в комплексном подходе, который объединяет качественный и количественный методы для оценки контента, медиапотребления на примере официальных страниц органов государственной власти в социальной сети ВКонтакте. Применение данных методов особенно важно для понимания роли социальных сетей в освещении деятельности рассматриваемых органов. Новизна исследования связана с выбором конкретных официальных страниц органов государственной власти («Комитет по внешним связям Санкт-Петербурга», «Представительство МИД России в Санкт-Петербурге», «Межпарламентская ассамблея СНГ»), что способствует более подробному изучению современной политической коммуникации.

Результаты

В связи с активным развитием интернет-технологий и изменением внешнеполитической ситуации изменилась коммуникация между органами государственной власти и аудиторией. Стало появляться большое число официальных страниц в социальных сетях, посвященных международной политике.

Внешнелитературные ведомства активно используют различные платформы для распространения своей позиции и реагирования на текущие события. Новые тенденции скорее связаны с адаптацией к изменениям в глобальном медиaprостранстве и инструментами работы с аудиторией. Например, МИД России имеет официальные аккаунты в нескольких социальных сетях, включая ВКонтакте, YouTube, RuTube, Telegram и др., что позволяет охватить разные аудитории. Отдельно можно выделить активное использование внешнеполитическими ведомствами мессенджера Telegram для оперативного информирования целевой аудитории. Этот канал стал одним из ключевых для быстрой публикации новостей и заявлений. Помимо этого, органы государственной власти активно публикуют фото- и видеоматериалы с официальных мероприятий, что помогает сделать контент более наглядным. Также проведение прямых интернет-трансляций пресс-конференций обеспечивает максимальный охват аудитории и прозрачность деятельности органов власти.

Таким образом, новые тенденции в социальных сетях – это не открытие какой-то одной новой платформы, а комплексный подход к работе с уже существующими ресурсами, усиление информационной

¹ Комитет по внешним связям Санкт-Петербурга. *ВКонтакте*. URL: https://vk.com/kvs_gov_spb; Представительство МИД России в Санкт-Петербурге. *ВКонтакте*. URL: <https://vk.com/mid.spb.office>; Межпарламентская Ассамблея СНГ. *ВКонтакте*. URL: <https://vk.com/iacis> (дата обращения: 10.09.2025).

политики в ответ на вызовы и более активное использование различных форматов контента.

Контент-анализ

Комитет по внешним связям Санкт-Петербурга – официальный информационный ресурс, освещающий международную и межрегиональную деятельность города. Основные темы публикаций – анонсы и освещение визитов иностранных делегаций, подписание соглашений, участие в международных форумах и выставках (например, Петербургский Партнериат), работа с соотечественниками за рубежом (информация о проектах, таких как Летняя и Зимняя школы для русистов, мероприятия, посвященные поддержке русского языка и культуры за границей). Большое внимание уделяется совместным историческим событиям, памятным датам, сотрудничеству в сфере культуры, национальным праздникам стран-партнеров (например, Китайский Новый год), официальным приветствиями от имени губернатора и председателя Комитета.

Представительство МИД России в Санкт-Петербурге также является официальным информационным ресурсом, основное содержание которого посвящено актуальным событиям международных отношений и дипломатической жизни региона. Страница посвящена освещению визитов иностранных делегаций, встреч главы Представительства с представителями консульского корпуса и органов власти города, а также других протокольных и культурных мероприятий, проводимых при участии

или поддержке Представительства. Контент группы носит преимущественно официальный, информационный и разъяснительный характер, нацеленный на информирование жителей Санкт-Петербурга и широкой аудитории об основных направлениях внешней политики России и региональной дипломатической деятельности.

Межпарламентская Ассамблея СНГ – основной русскоязычный информационный ресурс организации в социальной сети ВКонтакте. Контент группы носит официальный, информационный характер и направлен на освещение деятельности Межпарламентской Ассамблеи СНГ. Публикации в основном посвящены заседаниям совета Ассамблеи, ее пленарным заседаниям, встречам постоянных комиссий, международным конференциям и другим мероприятиям, проводимым в штаб-квартире (Таврический дворец, Санкт-Петербург) или онлайн.

Особенности медиапотребления

За 2023–2025 гг. число подписчиков на рассматриваемых страницах не изменилось. В 2023–2024 гг. количество просмотров официальной страницы «Комитет по внешним связям Санкт-Петербурга» выросло более чем в 2 раза, «Представительство МИД России в Санкт-Петербурге» – почти в 5 раз, а «Межпарламентская Ассамблея СНГ» – в 1,5 раза.

Для анализа медиапотребления аудитории анализируемых официальных страниц внешнеполитических ведомств рассмотрим статистику по разным видам реакции на публикации (табл. 1).

Табл. 1. Особенности медиапотребления новостей на официальных страницах внешнеполитических ведомств
Tab. 1. Media consumption of political news on official accounts of of foreign policy agencies

Официальная страница	Вид реакции	2023	2024	2025
Комитет по внешним связям Санкт-Петербурга	Лайки	728	2265	4129
	Репосты	88	310	352
	Комментарии	5	102	41
	Просмотры	94749	86075	120553
Представительство МИД России в Санкт-Петербурге	Лайки	141	199	749
	Репосты	8	12	69
	Комментарии	6	1	9
	Просмотры	4900	6292	22278
Межпарламентская Ассамблея СНГ	Лайки	301	1371	893
	Репосты	21	655	82
	Комментарии	2	5	8
	Просмотры	–	48898	28261

Так, на всех рассматриваемых страницах отмечается положительная динамика почти по всем видам реакций, что подтверждает эффективность работы органов государственной власти и интерес аудитории к ним:

1. Лайки: их количество возросло на всех официальных страницах. Возможной причиной может быть увеличение потребности аудитории в информации о происходящих международных событиях.

2. Просмотры: их количество возросло на всех официальных страницах, кроме «Межпарламентской Ассамблеи СНГ». Такая ситуация может быть связана с характером публикаций данного сообщества – они имеют узкую специфическую тематику, в связи с чем привлекают меньшее количество подписчиков.

3. Комментарии: их количество возросло на всех официальных страницах, за исключением «Представительства МИД России в Санкт-Петербурге»: в 2024 г. произошло резкое снижение числа комментариев. Вероятно, это связано с уменьшением интереса аудитории к международным темам, многократным увеличением информационных потоков или информационной перегрузкой аудитории.

Итак, медиапотребление новостей интернет-пользователями на исследуемых страницах увеличивается, что объясняется потребностью аудитории в актуальной достоверной информации о происходящих событиях.

Грамотность информационного дискурса

Информационный дискурс официальных страниц в социальных сетях – это комплексная коммуникация, включающая тексты, изображения и другие медиа, которые создаются и распространяются в виртуальной среде. Для такого типа дискурса характерно сочетание письменной и устной речи, использование гиперссылок и интерактивных элементов.

Информационный дискурс рассматриваемых сообществ органов государственной власти фокусируется на освещении их взаимодействия в сфере международного и межрегионального сотрудничества, а также на продвижении общих внешнеполитических и гуманитарных инициатив. Все три органа государственной власти регулярно публикуют информацию о совместных конференциях, форумах, заседаниях и круглых столах, проводимых в Санкт-Петербурге. Данные публикации подчеркивают роль Санкт-Петербурга как центра международного и межпарламентского взаимодействия.

В целом информационный дискурс официальных страниц внешнеполитических ведомств направлен

на формирование позитивного имиджа Санкт-Петербурга как открытого, международного города и демонстрацию эффективного взаимодействия различных уровней власти (регионального, федерального и межгосударственного) в реализации внешнеполитических задач.

Для оценки эффективности коммуникации приведем тексты публикаций и комментарии, которые оставляют подписчики рассматриваемых официальных страниц (табл. 2).

В ходе исследования было отмечено, что в текстах публикаций не всегда содержится историческая справка и встречаются ошибки. Это может негативно отразиться на восприятии информации на официальной странице органа государственной власти в социальной сети ВКонтакте. Возможные причины таких ситуаций – дефицит квалифицированных специалистов, быстрый ритм жизни, отсутствие редактирования страниц, что способно привести к ошибке в выборе соответствующей платформы и концепции коммуникации с целевой аудиторией. Ряд аспектов может снизить качество политической коммуникации и уменьшить уровень потребления информации.

В качестве причин усиления взаимосвязи медиапотребления и освещения политических событий выделяется растущая роль цифровых платформ в распространении информации, их огромное влияние на формирование общественного мнения, возможность прямого взаимодействия между политическими акторами и аудиторией. Важнейшая причина усиления указанной взаимосвязи – интерактивность: возможность комментировать, делиться и создавать контент превращает медиапотребление из пассивного процесса восприятия информации в более активный процесс.

Также на связь медиапотребления и медиатизации политики влияет увеличение роли медиа в жизни человека: медиа стали неотъемлемой частью современного общества, выполняя ключевые функции (информационную, просветительскую и консолидирующую и др.).

Вопрос о взаимосвязи освещения работы органов государственной власти и политического потребления информации аудиторией остается очень значимым. Активное развитие современных технологий оказывает большое воздействие на политические процессы в обществе. Отсутствие коммуникации между гражданами и политиками приводит к снижению вовлеченности аудитории в политическую деятельность. Можно сказать, что использование социальных сетей способно положительно повлиять на потребление актуальной

Табл. 2. Новости и комментарии на официальных страницах внешнеполитических ведомств
Tab. 2. News and comments on official accounts of foreign policy agencies

Новость	Комментарий
<i>Комитет по внешним связям Санкт-Петербурга</i>	
Первая деловая миссия: ИДЦ СПб в Пекине обеспечил визит высокопоставленной делегации в Санкт-Петербург!...* (30.10.2025)	Уважаемый Евгений Дмитриевич, Пишу Вам по рекомендации от Зырянова Алексея Владиславовича (Комитет по экономической политике и стратегическому планированию). Направляю официальное письмо (во вложении) с просьбой о содействии в участии ООО «ИонТрек» в международной бизнес-миссии в Республику Индию, организованной Росмолодежь...
Сегодня работа делегации Санкт-Петербурга в Индонезии продолжилась в Технологическом институте им. десятого ноября ITS в г. Сурабая... (30.10.2025)	Представлено фото от Председателя Совета директоров «ПСКБ Банк» В. Л. Прибыткина
В Смольном состоялось XV заседание Совета делового сотрудничества Санкт-Петербурга и Республики Беларусь... (30.10.2025)	Белоруссия, коллеги, а не Беларусь
<i>Представительство МИД России в Санкт-Петербурге</i>	
...7–10 октября на площадке конгрессно-выставочного центра «Экспофорум» состоялся XIV Петербургский международный газовый форум... (15.10.2025)	Комментарий иностранца на японском языке
Брифинг официального представителя МИД России М. В. Захаровой (Москва, 15 октября 2025 года)... (16.10.2025)	Эмодзи-стикер большой палец вверх
Брифинг официального представителя МИД России М. В. Захаровой (Москва, 23 октября 2025 года)... (24.10.2025)	Эмодзи-стикер сердце
<i>Межпарламентская Ассамблея СНГ</i>	
Завершился конкурс эссе на тему «Мужество и героизм молодого поколения военного времени» по мотивам произведения Б.Васильева «В списках не значился», посвященный 80-летию Победы в Великой Отечественной войне... (14.10.2025)	Здравствуйте! Скажите, пожалуйста, а сертификаты за участие будут?
Наталья Кочанова: Необходима международная организация по поддержке русского языка за рубежом... (17.10.2025)	Как минимум логично в, век цифровизации создание мощного онлайн портала с онлайн уроками по русскому языку, истории России, русской литературе...
Валентина Матвиенко: Поддержка русского языка – это инвестиция в наше общее будущее (17.10.2025)	Для поддержки русского языка необходимо запрещать навязывание англицизмов в документах и СМИ, иначе от русского языка скоро ничего не останется.

Прим.: * – здесь и далее в примерах сохранены авторские орфография и пунктуация.

важной информации. Это может привести к более адекватному пониманию происходящих процессов в обществе.

Заключение

Активное ведение рассматриваемых страниц внешнеполитических ведомств в социальных сетях привлекает новых пользователей, а также способствует

формированию новых социально-политических дискурсов, что положительно сказывается на деятельности органов государственной власти. Привлечение аудитории происходит благодаря грамотно разработанным стратегиям ведения страниц, постоянной связи с подписчиками (что можно проследить через анализ разного вида реакций – лайки, комментарии, репосты).

С 2023 г. отмечается увеличение числа лайков на рассматриваемых официальных страницах органов государственной власти в социальной сети ВКонтакте, особенно ярко это выражено в сообществе «Комитет по внешним связям Санкт-Петербурга».

Увеличение активности ведения официальных страниц органов государственной власти в социальных сетях может способствовать привлечению большей аудитории, росту ее активности. Для повышения эффективности взаимодействия с аудиторией администраторам сообществ рекомендуется:

1. Расширять дискуссии, предлагая темы для обсуждения (эта рекомендация относится и к интернет-пользователям).

2. Выявлять интересы и поведение интернет-пользователей, интересующихся официальными страницами органов государственной власти, чтобы повысить эффективность применяемых стратегий взаимодействия благодаря проведению социальных опросов, анализу страниц пользователей социальной сети.

3. Внедрять опыт активных ответов на вопросы пользователей в социальных сетях желательно в кратчайшее время. Рекомендуется отслеживать

комментарии и реагировать на них, в частности на комментарии, которые содержат информацию о негативных фактах нарушений свобод граждан.

4. Налаживать контакт с аудиторией, используя неофициальный стиль общения. Публикуемые новости могут способствовать обсуждению важных тем, а доступность и понятность информации формируют доверие к контенту и его источнику.

Предложенный в работе способ оценки активности аудитории в социальных сетях представляется актуальным с методической точки зрения. Для полноценного применения предложенного подхода необходима оценка большего количества страниц, связанных с внешнеполитической деятельностью в социальных сетях.

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

1. Мешкова В. Д., Мищенко Я. П. Социальные сети как политический инструмент. *Политика и право, государство и экономика в условиях глобальных трансформаций*: Всерос. науч.-практ. конф. (Ростов-на-Дону, 1 декабря 2023 г.) Ростов н/Д: РАНХиГС, 2024. С. 251–253. [Meshkova V. D., Mishchenko Ya. P. Social networks as a political tool. *Politics, law, government, and economy in the context of global transformations*: Proc. All-Russian Sci.-Prac. Conf., Rostov-on-Don, 1 Dec 2023. Rostov-on-Don: RANEP, 2024, 251–253. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/khqhdr>
2. Kolomiets V. P. The media environment and media consumption in contemporary Russian society. *Russian Social Science Review*, 2011, 52(4): 10–23. <https://doi.org/10.1080/10611428.2011.11065440>
3. Мурзина Е. В. Медиапотребление в условиях трансформации современного общества. *Вестник Сургутского государственного педагогического университета*. 2020. № 5. С. 228–235. [Murzina E. V. Media-consumption in the conditions of transformation of modern society. *The Surgut State Pedagogical University Bulletin*, 2020, (5): 228–235. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/kcaojd>
4. Киняшева Ю. Б. Социальные сети как инструмент политической мобилизации граждан в современной России. *Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки*. 2018. № 3. С. 3–10. [Kinyasheva Yu. B. Social networks as a tool for political mobilization of citizens in modern Russia. *Bulletin of Tula State University. Film Humanities*, 2018, (3): 3–10. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/yljtkp>
5. Коньков А. Е. Цифровизация политических отношений: грани познания и механизмы трансформации. *Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право*. 2019. Т. 12. № 6. С. 6–28. [Konkov A. E. Digitalization in political relations: Planes for perception and mechanisms for transformation. *Outlines of Global Transformations: Politics, Economics, Law*, 2019, 12(6): 6–28. (In Russ.)] <https://doi.org/10.23932/2542-0240-2019-12-6-1>
6. Морозова А. А., Соколовских А. С. Медиапотребление молодежной аудиторией контента социальных сетей: социологический портрет пользователя. *Челябинский гуманитарий*. 2019. № 3. С. 43–48. [Morozova A. A., Sokolovskikh A. S. Media consumption of social network content by youth audience: Sociological portrait of the user. *Chelyabinskij Gumanitarij*, 2019, (3): 43–48. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ghyoqb>

7. Сурма И. В. Цифровая дипломатия в дискурсе глобальной политики. *Вестник МГИМО-Университета*. 2014. № 6. С. 53–60. [Surma I. V. Digital diplomacy in the discourse of global policy. *MGIMO Review of International Relations*, 2014, (6): 53–60. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2014-6-39-53-60>
8. Першина Е. Д. Взаимодействие аудитории с контентом СМИ в социальных сетях: опыт российских массмедиа. *Медиа@льманах*. 2022. № 1. С. 77–87. [Pershina E. D. Audience engagement with media content on social media: The experience of Russian mass media. *Medi@lmanah Journal*, 2022, (1): 77–87. (In Russ.)] <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.1.2022.7787>
9. Иванов Д. Ю. Политическая активность и доверие избирателей в условиях цифровизации избирательного процесса. *Политическая экспертиза: Политэкс*. 2024. Т. 20. № 1. С. 45–63. [Ivanov D. Yu. Political activity and voters' trust in the digitalization of the electoral process. *Political Expertise: Politex*, 2024, 20(1): 45–63. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21638/spbu23.2024.104>
10. Негров Е. О. Технологии и модели молодежной политической онлайн-мобилизации и онлайн-дискурса в современном общественно-политическом процессе: ивент-анализ конкретных кейсов в мегаполисах Российской Федерации. *Южно-российский журнал социальных наук*. 2020. Т. 21. № 4. С. 24–43. [Negrov E. O. Technologies and models of youth political online mobilization and online discourse in modern socio-political process: Event analysis of particular cases in the megacities of the Russian Federation. *South-Russian Journal of Social Sciences*, 2020, 21(4): 24–43. (In Russ.)] <https://doi.org/10.31429/26190567-21-4-24-43>
11. Беленкова Л. М., Белоконев С. Ю. Социальные сети в информационной политике: формирование имиджа органов исполнительной власти. *Гражданин. Выборы. Власть*. 2020. № 1. С. 92–102. [Belenkova L. M., Belokonev S. Yu. Social networks in information policy: Federal executive authorities image-making. *Grazhdanin. Vyborny. Vlast*, 2020, (1): 92–102. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vptyrw>
12. Павлютенкова М. Ю. Роль и место социальных сетей в публичной политике. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*. 2015. № 3. С. 71–81. [Pavlyutenkova M. Yu. The political activity in the network environment. *RUDN Journal of Political Science*, 2015, (3): 71–81. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/udcudl>
13. 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 Ye. 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>
14. Коломиец В. П. Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе. *Социологические исследования*. 2010. № 1. С. 58–65. [Kolomiets V. P. Media milieu and media consumption in Russian society today. *Sociological Studies*, 2010, (1): 58–65. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/lrjbx>
15. Васильев Н. А. Новый социальный мир: описание основных социальных сетей. *Гуманитарий Юга России*. 2021. Т. 10. № 5. С. 31–53. [Vasilyev N. A. New social world: Description of the main social networks. *Humanities of the South of Russia*, 2021, 10(5): 31–53. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18522/2227-8656.2021.5.2>
16. Руднев Я. И. Роль и значение медиапотребления в контексте восприятия политических лидеров и предвыборных кампаний. *Гуманизация образования*. 2016. № 1. С. 95–101. [Rudnev Ya. I. The role and importance of media consumption in the context of the perception of political leaders and election campaigns. *Gumanizatsiya obrazovaniya*, 2016, (1): 95–101. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vspoyr>
17. Пырма Р. В. Социальные сети и электоральное участие: возможности активации голосования. *Гражданин. Выборы. Власть*. 2020. № 3. С. 9–32. [Pyрма R. V. Social networks and electoral participation: Voting activation opportunities. *Grazhdanin. Vyborny. Vlast*, 2020, (3): 9–32. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ukbuob>
18. Володенков С. В., Федорченко С. Н. Цифровизация современного пространства общественно-политических коммуникаций: научные концепции, модели и сценарии. *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*. 2021. № 60. С. 175–193. [Volodenkov S. V., Fedorchenko S. N. Digitalization of the contemporary space of sociopolitical communications: Scientific concepts, models, and scenarios. *Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*, 2021, (60): 175–193. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/hfjfgj>
19. Полуэхтова И. А. Медиапотребление в цифровой среде: к вопросу о методологии исследований. *Знание. Понимание. Умение*. 2022. № 3. С. 206–218. [Poluekhtova I. A. Media consumption in the digital environment: On the issue of research methodology. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, 2022, (3): 206–218. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17805/zpu.2022.3.19>

20. Уртаева Э. Б. Влияние социальных сетей на развитие политических коммуникаций в новой цифровой реальности. *Общество: политика, экономика и право*. 2024. № 3. С. 40–49. [Urtaeva E. B. The influence of social networks on the development of political communications in the new digital reality. *Society: Politics, Economics, Law*, 2024, (3): 40–49. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24158/pep.2024.3.3>
21. Клушева Д. А. Визуальный компонент в позиционировании дипломатического ведомства России. *Медиасреда*. 2018. № 14. С. 126–130. [Klusheva D. A. A visual component in the positioning of the Russian diplomatic department. *Mediasreda*, 2018, (14): 126–130. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vncjju>
22. Росляков М. А. Анализ цифровой дипломатии официального представителя МИД РФ – Марии Захаровой в социальной сети Telegram. *Архитектура международных отношений в XXI веке и глобальные тренды современности: теория и реальность: XIII Междунар. науч.-практ. конф. (Тверь, 16 ноября 2023 г.)* Тверь: ТвГУ, 2024. С. 273–275. [Roslyakov M. A. An analysis of the digital diplomacy of the official representative of the Russian Foreign Ministry, Maria Zakharova, on the Telegram social network. *Architecture of International Relations in the 21st century and global trends of our time: Theory and reality: Proc. XIII Intern. Sci.-Prac. Conf.*, Tver, 16 Nov 2023. Tver: TvSU, 2024, 273–275. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/usfamq>
23. Жуков А. В. Социальные сети как фактор стратегической безопасности. *Научное обозрение. Серия 2: Гуманитарные науки*. 2020. № 5. С. 23–31. [Zhukov A. V. Social media as a factor of strategic security. *Nauchnoe obozrenie. Seriya 2: Gumanitarnye nauki*, 2020, (5): 23–31. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nkzzgy>