



оригинальная статья

<https://elibrary.ru/asxkxw>

Госпаблики как инструмент формирования экологического имиджа региона

Чепкасов Артур Владимирович

Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово
eLibrary Author SPIN: 2485-4563
<https://orcid.org/0000-0002-3990-3819>

Богданова Екатерина Евгеньевна

Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово
ecater1na.gavr1lova@yandex.ru

Аннотация: В статье проанализирована продуктивность формирования экологического имиджа Кемеровской области – Кузбасса посредством сравнения функционирования госпабликов Кузбасса с госпабликами других регионов. Предмет исследования – официальные страницы российских региональных органов власти, связанные с экологической тематикой. Цель – проанализировать возможности госпабликов как инструмента формирования экологического имиджа территории. Научная новизна статьи состоит в выявлении факторов, которые способны повысить экологический имидж региона благодаря использованию официальных сообществ. Задачи: 1) проанализировать современные подходы к определению понятия *имидж региона*; 2) провести сравнительный контент-анализ содержания госпабликов Кемеровской области – Кузбасса, Чувашской республики и Ямало-Ненецкого автономного округа, освещающих экологическую тематику, в социальной сети ВКонтакте; 3) дать практические рекомендации по ведению госпабликов для формирования позитивного экологического имиджа регионов. Применены сравнительный метод, контент-анализ, содержательный анализ публикаций, обобщение и метод сплошной выборки. Среди исследуемых регионов лишь Чувашия полностью раскрыла инструментальные возможности применения социальной сети ВКонтакте для формирования положительного экологического имиджа. Установлено, что качественный и актуальный контент по теме сохранения окружающей среды, своевременная обратная связь представляют собой те факторы, которые позволяют повысить экологический имидж региона.

Ключевые слова: экология, органы государственной власти, социальные сети, ВКонтакте, госпаблик, экологический имидж, регион, СМИ

Цитирование: Чепкасов А. В., Богданова Е. Е. Госпаблики как инструмент формирования экологического имиджа региона. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2025. Т. 4. № 2. С. 153–162. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2025-4-2-153-162>

Поступила в редакцию 27.01.2025. Принята после рецензирования 03.03.2025. Принята в печать 04.03.2025.

full article

Developing the Ecological Image of a Region on Government Accounts in Social Networks

Artur V. Chepkasov

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo
eLibrary Author SPIN: 2485-4563
<https://orcid.org/0000-0002-3990-3819>

Ekaterina E. Bogdanova

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo
ecaterina.gavrilova@yandex.ru

Abstract: Local government accounts publish information that may affect the environmental image of a territory. The authors compared the information related to ecology published by the government of the Kemerovo Region with similar publications made in other regions to analyze the prospects of government accounts as a tool for shaping public opinion on the local ecology. After identifying modern approaches to the concept of the *regional image*, the authors conducted a comparative content analysis of social network accounts (VKontakte) run by the authorities of the Kemerovo Region, the Chuvash Republic, and the Yamalo-Nenets Autonomous Region. The research involved the methods of comparison, content analysis, generalization, and continuous sampling. The data obtained made it possible to develop a set of practical recommendations on how government accounts can develop a positive environmental image of a region. The Chuvash Republic proved to be the only region to use all the advantages of social networks to improve public opinion on the local ecology. In this case, the high-quality relevant environmental narrative with timely feedback was able to improve the environmental image of the region.

Keywords: ecology, government bodies, social networks, VKontakte, government website, ecological image, region, media

Citation: Chepkasov A. V., Bogdanova E. E. Developing the Ecological Image of a Region on Government Accounts in Social Networks. *Virtual Communication and Social Networks*, 2025, 4(2): 153–162. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2025-4-2-153-162>

Received 27 Jan 2025. Accepted after review 3 Mar 2025. Accepted for publication 4 Mar 2025.

Введение

Современное информационно-коммуникативное пространство играет важную роль в обеспечении эффективного взаимодействия в обществе, в том числе между государственными структурами и гражданами. Оно объединяет различные элементы, включая технологии, информационные ресурсы, участников информационного обмена, функциональные процессы, культуру коммуникации, организационную и правовую культуру. Участники информационного обмена – сотрудники организации, партнеры, волонтеры и общественность в целом – обмениваются информацией как между собой, так и с организацией, способствуя эффективной работе и достижению поставленных

целей. По мнению В. Н. Дорохина и Е. М. Пак, социальные сети представляют собой инновационные цифровые СМИ [Дорохин 2019; Пак 2020]. В свою очередь заместитель главы Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации О. Ю. Качанов отмечает, что «социальные сети сегодня – это действенный и востребованный канал взаимодействия с гражданами. Важно, чтобы региональные власти были информационно открыты, настроены на диалог с жителями. Социальные сети в этом сильно помогают»¹.

В связи со стремительным развитием и распространением цифровых технологий обязательным

¹ Регионы оценили по работе в социальных сетях. *Бюджет.ру*. 31.10.2022. URL: <https://bujet.ru/article/451841.php> (дата обращения: 21.01.2025).

условием функционирования органов власти стало освещение их деятельности на публичных страницах в различных социальных сетях². Госпаблики позволяют не только доносить актуальную информацию до интернет-пользователей, но и обсуждать волнующие людей вопросы, реализовывать диалог между органами власти и населением. В настоящий момент одной из главных площадок для обратной связи можно считать соцсеть ВКонтакте. Так, на начало 2024 г. российская аудитория ВКонтакте составляла 89,18 млн интернет-пользователей, а международная – 100 (при общей посещаемости 54,6 млн человек в день)³. Как следствие, на этой платформе есть страницы всех региональных и муниципальных органов власти, которые регулярно публикуют актуальные новостные посты. Задать им вопросы и получить ответы можно как опосредованно – через специалистов, так и напрямую.

Цель статьи – проанализировать возможности госпабликов как инструмента формирования экологического имиджа территории. Задачи:

- 1) проанализировать современные подходы к определению понятия *имидж региона*;
- 2) провести сравнительный контент-анализ содержания госпабликов Кемеровской области – Кузбасса, Чувашской республики и Ямало-Ненецкого автономного округа (ЯНАО), освещающих экологическую тематику, в социальной сети ВКонтакте;
- 3) дать практические рекомендации по ведению госпабликов для формирования позитивного экологического имиджа регионов.

Социальные медиа сегодня активно формируют информационную повестку дня [Камиченко 2020; 2019; Ноэль-Нойман 1996; McCombs, Shaw 1972], а также используются для создания образа и имиджа территорий, регионов, городов [Гавра, Таранова 2013; Дроздова 2021; Лободенко, Череднякова 2023; Мельник, Герасимчук 2020]. Имеющиеся в современной науке подходы к имиджу региона, его функциям и составным элементам дают большое разнообразие трактовок – от территориального брендинга и маркетинга [Важенина 2006; Важенина, Важенин 2006; Визгалов 2011; Гравер 2012] до лингвистических исследований функционирования имиджа в медиа или публичном дискурсе [Сушненкова 2011; Чепкасов 2021b; Шумская 2023].

В данной работе мы рассматриваем горизонтальную структуру регионального имиджа, предполагающую оценку имиджа региона как совокупность *субимиджей* – его преимущественно равноценных содержательных характеристик (география, экономика, культуры, наука и т.д.). При этом следует учитывать, что каждый субимидж (в нашем случае – экология региона) входит в состав целостного образования и существенно влияет на восприятие имиджа региона в целом.

Если понимать имидж как «формируемое командой профессионалов и транслируемое посредством информационных каналов представление о данной территории, позволяющее осознать ее как положительную ценность высокого порядка и способствующее повышению ее политического, социального, экономического, культурного и др. статусов» [Чепкасов 2021a: 32], то очевидна роль и значимость современных госпабликов органов региональной власти, т.к. именно они осуществляют формирование и продвижение имиджа региона. При этом госпаблики обладают как достоинствами, так и недостатками:

Достоинства:

- отсутствие административного барьера для получения официальной государственной информации;
- возможность прямого диалога и получения ответа на волнующие вопросы, т.е. госпаблики выступают в качестве популярного инструмента, предоставляющего актуальную информацию;
- доступный интерфейс;
- оперативность публикации сведений;
- простота, поскольку телефон доступен каждому, и процесс получения информации идет гораздо быстрее.

Недостатки:

- недостаточность правового регулирования;
- возможность размещения дезинформационных сообщений;
- увеличение нагрузки на специалистов, т.к. с появлением у органов публичной власти необходимости создания и ведения официальных страниц в социальных сетях госслужащие в автоматическом режиме получили новые обязанности.

² Правительство определило соцсети, где органы власти будут обязаны вести официальные аккаунты. *Правительство России*. 05.09.2022. URL: <http://government.ru/docs/46448/> (дата обращения: 21.01.2025).

³ Великанова Ю. 18 лет социальной сети «ВКонтакте». *Pechorin.net*. 10.10.2024. URL: <https://pechorin.net/articles/view/18-liet-sotsial-noi-sieti-vkontakte> (дата обращения: 21.01.2025).

Госпаблики сегодня можно рассматривать как самостоятельную сеть интернет-ресурсов, базовую инфраструктуру для взаимодействия населения и власти, имеющую официальный статус, что является важным шагом к еще большей ее открытости. Однако на данный момент отсутствует объективный алгоритм межведомственного взаимодействия для оперативного реагирования на информационные запросы общества и самих органов власти.

Формирование и отражение имиджа региона в СМИ тесно связано с региональной политикой. Этот факт требует дальнейшего развития правовых отношений, характерных для данной административно-территориальной единицы [Силакова 2022]. Одно из направлений имиджа региона – экологический имидж. Его формирование представляет собой долгосрочный процесс, который требует постоянного взаимодействия с представителями СМИ и стратегического подхода.

Ведущей темой в онлайн-сообществах является проблема не только сохранения окружающей среды, но и комфортной с точки зрения экологии и социума организации жизненного пространства. Таким образом, сегодня вопросы экологии включают также поле взаимодействия различных социальных авторов. Зеленые практики, которые нацелены на гармонизацию отношений *общество – природа* принимают различные формы, обладают низкой степенью локализации объекта исследования и часто «ускользают» от эмпирического наблюдения, что создает сложности в их изучении.

В рамках наших более ранних исследований экологического субимиджа Кемеровской области [Чепкасов 2021a] выяснено, что валеоэкологический субимидж региона, транслируемый СМИ, неоднозначен и связан, с одной стороны, с демонстрацией экологического неблагополучия региона и критическим уровнем здоровья населения, а с другой – с демонстрацией позитивной динамики в решении проблем экологии и здравоохранения.

Таким образом, задача госпабликов региональных экологических министерств – создание контента, нацеленного на формирование положительного экологического имиджа для улучшения восприятия региона как места не только комфортного проживания для его жителей, но и привлекательного для гостей, инвесторов. Региональная экологическая политика служит интересам различных групп

населения, которые участвуют в жизни региона, включая местное население, отдельные этнические группы, население других регионов, крупных собственников и государственные органы власти.

Методы и материалы

С целью выявления успешного опыта ведения госпабликов выделены регионы-лидеры по экологическому благополучию и проведению экологической политики. По информации Министерства природных ресурсов и экологии РФ, в числе лидирующих регионов оказались Пермский край, Калужская и Новгородская области, ЯНАО. Дважды в рейтинг попадали Белгородская область и Чувашская республика.

Для определения успешных кейсов формирования экологического имиджа через социальную сеть ВКонтакте применены сравнительный метод, контент-анализ, содержательный анализ публикаций и обобщение. Материал статьи – посты официальных сообществ, занимающихся экологической повесткой и формирующих соответствующий контент, трех регионов (Кемеровская область – Кузбасс, Чувашская республика и ЯНАО). Анализ публикаций госпабликов проводился с помощью метода сплошной выборки. Период исследования – март 2024 г. В качестве критериев использованы количественные (число публикаций и подписчиков, количество лайков, репостов и комментариев) и содержательно-оценочные (тематика и проблематика публикации, наличие оценки автора и аудитории, обратной связи с аудиторией) показатели.

Результаты

На **первом этапе** мы анализировали посты на официальных страницах правительств трех регионов. В таблице 1 представлены публикации госпаблика «Кемеровская область – Кузбасс»⁴. На момент исследования в группе было 102 тыс. подписчиков. За исследуемый период опубликовано 3 поста. Большинство откликов на публикации были отрицательными (за 11 марта 2024 г. получено 3 отрицательных комментария, за 28 марта 2024 г. – 4, за 30 марта 2024 г. – 1). Ответной реакции от органов власти не было.

В официальной группе «Чувашская республика»⁵ в марте 2024 г. было 74 тыс. подписчиков. Исходя из сведений таблицы 2, за исследуемый период

⁴ Кемеровская область – Кузбасс. *ВКонтакте*. URL: <https://vk.com/kuzbass.official?from=search> (дата обращения: 21.01.2025).

⁵ Чувашская республика. *ВКонтакте*. URL: https://vk.com/gov_cap_ru?from=search (дата обращения: 21.01.2025).

Табл. 1. Госпаблик «Кемеровская область – Кузбасс»: публикации на экологическую тематику

Tab. 1. Official account of the Kemerovo Region: environmental publications

Дата	Пост	Лайки	Репосты	Комментарии
11.03.2024	В Кемерово восстановят более 7 га земли на месте мусорного полигона ⁶	98	7	3
28.03.2024	Сергей Цивилев объявил о проведении первого в этом году Всекузбасского субботника	44	4	7
30.03.2024	Более 91,5 тысячи жителей региона присоединились к первому в этом году Всекузбасскому субботнику	87	2	2

опубликовано 19 постов, связанных с экологической тематикой региона. Оформление официальной страницы и публикаций Правительства Чувашии яркое и унифицированное: преобладают желтые цвета, что создает эффект доброжелательности и открытости властей. Большинство публикаций носят позитивный смысл, отклики на статьи положительные. Однако есть и отрицательные комментарии (за 13 марта 2024 г. 1 отрицательный комментарий; за 18 марта 2024 г. – 4; за 25 марта 2024 г. – 1). Важно отметить, что на все комментарии с такой оценкой были получены ответы Правительства Чувашии. То есть если отклики жителей региона касаются каких-то вопросов, которые можно оперативно решить, то данный процесс проходит достаточно быстро, и человек сразу же получает обратную связь от органов власти. Кроме того, под постом от 28 марта 2024 г. опубликовано 2 комментария с нейтральной оценкой. Также под публикациями, посвященными народным приметам в природе, жители охотно оставляют фотографии пейзажей родной республики. В дополнение к этому большим откликом пользуются посты, связанные с людьми, которые трудятся на благо защиты окружающей среды и сохранения природы.

В марте 2024 г. число подписчиков официальной страницы «Ямало-Ненецкий автономный округ»⁷ составляло 65760, а количество постов, связанных с экологической тематикой региона, – 10 (табл. 3). Большая часть публикаций проходила под логотипом *Мой регион* и демонстрировала красоту и гостеприимство округа. При этом активность жителей достаточно низкая, но органы власти поддерживают обратную связь при возникновении у населения вопросов. Комментарии интернет-пользователей,

оставленные под постами, оцениваются как положительные либо отсутствуют (например, под публикациями от 14 и 26 марта 2024 г.).

Сведения таблиц 1–3 позволяют утверждать, что Чувашия и ЯНАО имеют опыт публикации социальных практик в условиях экологического кризиса и создают условия для тиражирования зеленых практик.

На **втором этапе** мы проводили анализ публикаций на официальных страницах органов исполнительной власти этих же регионов (табл. 4):

1. Госпаблик «Министерство природных ресурсов и экологии»⁸ (Кузбасс) публикует посты по экологии и региона, и РФ. Так, затрагиваются актуальные экологические темы, связанные с контролем территорий, где осуществляется золотодобыча. Однако около 40 % публикаций освещают сторонние темы, далекие от экологии (например, ввод в эксплуатацию новых школ, международный фестиваль Юрия Гагарина, интернет-мошенники). За март 2024 г. не было опубликовано ни одного поста экологического содержания. При небольшом числе подписчиков (657) наблюдается маленькое количество лайков (максимально 7 за пост). Практически все комментарии имеют отрицательную оценку. При этом ответов Министерства на них крайне мало.

2. Госпаблик «Минприроды Чувашии»⁹ отличается самым разнообразным контентом – от конкурсов для читателей до постов о самых сложных экологических проблемах. При этом все публикации соответствуют основному виду деятельности Министерства природных ресурсов и экологии Чувашской республики. Так, на официальной странице Министерства много публикаций, которые описывают красоту региона, есть видео, интервью.

⁶ Здесь и далее в примерах сохранены авторские орфография и пунктуация.

⁷ Ямало-Ненецкий автономный округ. *ВКонтакте*. URL: https://vk.com/yanao_ru?from=search (дата обращения: 21.01.2025).

⁸ Министерство природных ресурсов и экологии. *ВКонтакте*. URL: https://vk.com/kuzbass_ecology?from=search (дата обращения: 21.01.2025).

⁹ Минприроды Чувашии. *ВКонтакте*. URL: <https://vk.com/minpriroda21?from=search> (дата обращения: 21.01.2025).

Табл. 2. Госпаблик «Чувашская республика»: публикации на экологическую тематику
Tab. 2. Official account of the Chuvash Republic: environmental publications

Дата	Пост	Лайки	Репосты	Комментарии
01.03.2024	С первым днем весны, дорогие друзья! В преддверии теплых дней мы вместе с Минприроды Чувашии решили провести розыгрыш, чтобы порадовать вас	32	6	30
02.03.2024	Доброго весеннего утра, друзья! Сурхи ыра ир пултӑр, туссем! Пришла весна, но снега еще много	18	1	3
07.03.2024	Сегодня мы отмечаем День энергии растений. Этот праздник был создан, чтобы привлечь внимание к пользе растений. В честь этой даты мы с Минприроды Чувашии решили провести розыгрыш Красной книги республики	15	2	13
11.03.2024	С приходом весны начинается ответственная пора для работников лесного хозяйства – время посадки деревьев	33	4	1
12.03.2024	8 марта в России стартует международная акция «Сад памяти». Традиционно она начинается в южных регионах страны. Наша же республика к весенней лесовосстановительной кампании присоединится в конце апреля	46	8	–
	Житель г. Алатыря Иван Лисятников 10 лет занимается цветоводством. До этого всю жизнь он трудился лесником	116	2	3
13.03.2024	Суровый Крайний Север только кажется ледяной пустыней	8	2	1
14.03.2024	В Год экологической культуры и бережного природопользования в Чувашии проведут межрегиональный конкурс на звание лучшего эколога	68	6	–
15.03.2024	Почти 40 лет Людмила Волкова занимается любимым делом – заботится о лесном хозяйстве. Она прошла трудовой путь от мастера питомника до начальника участка лесничества	69	4	6
18.03.2024	По народному календарю 18 марта отмечается день Конона Огородника	12	2	4
19.03.2024	В Республике Тыва находится заповедник, который в 2003 году был признан объектом Всемирного наследия ЮНЕСКО как один из крупнейших участков Земли, нетронутых человеком	9	1	–
21.03.2024	На выставке «Россия» на ВДНХ Чувашия организует круглый стол «Вода объединяет»	7	1	–
	Сегодня отмечается Международный день леса. В честь этого события мы с Минприроды Чувашии объявляем розыгрыш. В этот раз выберем трех победителей. Один из них получит Красную книгу Чувашии	44	6	9
24.03.2024	Март распахнул свои двери весне, и долгие морозы сменились долгожданным теплом	41	3	4
25.03.2024	По народному календарю 25 марта отмечается Феофанов день	17	3	1
27.03.2024	Дорогие друзья, в последнюю неделю марта приглашаем вас поделиться интересными историями, которые произошли с вами с приходом весны	44	4	9
	Ученица 6 класса Яльчикской школы Мария Муратова и десятиклассник Лащ-Таябинской школы Яльчикского округа Егор Мустаев вошли в десятку лучших Международного конкурса детского эссе «Образ зеленого будущего нашей планеты»	110	4	4
28.03.2024	15 лет Анжелика Гордеева трудится в НИИ экологии Минприроды Чувашии. Ее работа в основном связана с составлением экологической документации и обучением специалистов-экологов промышленных предприятий	25	2	2
30.03.2024	На дворе весна! Лучше всего пора пробуждения природы описана поэтами...	8	1	1

Табл. 3. Госпаблик «Ямало-Ненецкий автономный округ»: публикации на экологическую тематику
Tab. 3. Official account of the Yamalo-Nenets Autonomous District: environmental publications

Дата	Пост	Лайки	Репосты	Комментарии
02.03.2024	Сегодня в России отмечается День кошек. По этим фотографиям можно подумать, что наши коты живут лучше нас. Хотя почему можно...	90	6	23
09.03.2024	Яркие кадры с заснеженного берега реки Седэ-Яха	550	23	4
13.03.2024	Фото – оберег на случай бессонницы. Просто сосчитайте всех оленей 😊	119	16	18
14.03.2024	Как будет выглядеть Ямал в будущем? Решать вам!	31	1	–
15.03.2024	Диво дивное происходило в Октябрьском Участники Всемирного фестиваля молодежи продолжают знакомиться с Ямалом. Пришла очередь северных активностей! Для гостей, особенно сменивших экватор на полярный круг, это настоящая экзотика...	119	5	1
19.03.2024	Горы зовут!...	47	14	1
20.03.2024	Малиновое небо – на Ямале и такое возможно	33	7	12
21.03.2024	Поддержим Ямал. Ледник Романтиков – в финале конкурса «От южных морей до полярного края»!	33	3	1
26.03.2024	Прикоснуться к чуду? На Ямале возможно все!	40	3	–
28.03.2024	Голосуйте за проекты благоустройства! Выбирайте общественные пространства, парки, скверы, набережные и дворовые территории, которые реализуют в вашем городе	24	6	4

Табл. 4. Количественный анализ официальных страниц региональных министерств, март 2024 г.
Tab. 4. Ecology-related publications on regional government accounts, March 2024: quantitative analysis

Показатель	Региональное министерство		
	Министерство природных ресурсов и экологии Кузбасса	Министерство природных ресурсов и экологии Чувашской республики	Департамент природных ресурсов и экологии ЯНАО
Число подписчиков	651	2977	1907
Количество публикаций, всего	140	220	211
в том числе:			
• публикации на экологическую тематику	86	197	187
• публикации на отвлеченные темы	54	23	24
Обратная связь, %	17	98	86
Среднее количество лайков за пост	1,6	11	12
Коэффициент вовлеченности (ER), %	1,32	4,21	3,18

Наибольшее количество комментариев имеют посты с конкурсными заданиями, а наибольшее количество лайков – публикации о людях региона.

3. Для госпаблика «Департамент природных ресурсов ЯНАО»¹⁰ характерны публикации экологического содержания, связанные с людьми и природой округа. На официальной странице Департамента практически нет постов, комментарии

к которым имели бы отрицательную оценку (на имеющиеся даны ответы). Наибольшее количество лайков и положительные реакции (комментарии с положительной оценкой) получают публикации о красоте родного края. Под каждым постом стоит ссылка на официальные аккаунты Департамента в других соцсетях и мессенджерах, например *Читайте нас в Telegram-канале: <https://t.me/dprryanao>*.

¹⁰ Департамент природных ресурсов ЯНАО. ВКонтакте. URL: <https://vk.com/dprryanao> (дата обращения: 21.01.2025).

Заключение

В современном обществе немало внимания уделяется экологии, поэтому тема формирования экологического имиджа, находящегося на стыке изучения экологической публицистики и имиджмейкинга в СМИ, является злободневной и актуальной.

В результате анализа госпабликов региональных министерств выявлено, что Чувашия и ЯНАО имеют опыт публикации социальных практик в условиях экологического кризиса и создают условия для тиражирования зеленых практик. В связи с этим выработаны рекомендации, направленные на формирование позитивного экологического имиджа регионов (Кузбасса в том числе) в социальных сетях:

- учет внешних и внутренних факторов в создании экологического образа региона;
- приоритетное размещение информации на тему экологической безопасности;
- построение контента с учетом принципа системности в ходе формирования имиджа;
- приоритетное использование активного имиджмейкинга;
- учет запросов аудитории экологического имиджмейкинга – стейкхолдеров;
- использование окон Овертона;
- позиционирование образа власти – защитники природы;
- организация систематической обратной связи с аудиторией (стейкхолдеры);
- разнообразие контента;
- актуальность информации.

Сложность для исследования составляли элементы оформления госпаблика и его жанровая и содержательная проблематика, которая заключается в совмещении черт официально-делового и публицистического стилей. Основа контента органов власти – значимые для подписчиков новости о работе администрации региона, отвечающие

интересам аудитории. Госпаблики позволяют не только доносить актуальную информацию до интернет-пользователей, но и обсуждать волнующие людей вопросы, реализовывать диалог между органами власти и населением. Таким образом, они формируют положительный имидж региона как в глазах его жителей, так и более широкой аудитории. Однако для реализации указанной функции необходимо, чтобы ведение госпаблика проводилось качественно, а сам он был «живым», т.е. имел более тысячи активных подписчиков. Помимо этого, большое значение имеет оперативная и эффективная обратная связь со стороны органов власти.

Сегодня госпаблики становятся ведущими каналами коммуникации власти и граждан. С учетом роста количества официальных страниц в соцсетях важно обеспечить не только качественное их оформление, но и публикацию актуального контента, соответствующего запросам населения. Именно грамотное ведение таких групп, качественный и актуальный контент по теме сохранения окружающей среды, своевременная обратная связь позволят повысить экологический имидж региона.

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

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

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for the information published in this article..

Литература / References

- Важенина И. С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2006. № 6. С. 82–98. [Vazhenina I. S. Image and reputation of the territory as a basis for promotion in a competitive environment. *Marketing v Rossii i za rubezhom*, 2006, (6): 82–98. (In Russ.)]
- Важенина И. С., Важенин С. Г. Имидж как конкурентный ресурс региона. *Регион: экономика и социология*. 2006. № 4. С. 72–84. [Vazhenina I. S., Vazhenin S. G. Image as a competitive regional resource. *Region: Economics and Sociology*, 2006, (4): 72–84. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/jjsmth>
- Визгалов Д. В. *Брендинг города*. М.: Институт экономики города, 2011. 160 с. [Vizgalov D. V. *City branding*. Moscow: The Institute for Urban Economics, 2011, 160. (In Russ.)]

- Гавра Д. П., Таранова Ю. В. Имидж территориальных субъектов в современном информационном пространстве. СПб.: СПбГУ, 2013. 155 с. [Gavra D. P., Taranova Yu. V. *Image of territorial entities in the modern information space*. St. Petersburg: SPbU, 2013, 155. (In Russ.)]
- Гравер А. А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направление исследования. *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*. 2012. № 3. С. 29–45. [Graver A. A. The obraz, image and brand of the country: Concepts and directions. *Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*, 2012, (3): 29–45. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pcraeb>
- Дорохин В. Н. Феномен политических Telegram-каналов как инновационных цифровых СМИ в России. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика*. 2019. № 1. С. 103–105. [Dorokhin V. N. The phenomenon of political Telegram channels as an innovative digital media in Russia. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2019, (1): 103–105. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/abgtcc>
- Дроздова Ю. А. Имидж региона в стратегии развития территории. Волгоград: Волгоградский институт управления, 2021. 396 с. [Drozdova Yu. A. *Image of the region in the territorial development strategy*. Volgograd: Volgograd Institute of Management, 2021, 396. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ntwygx>
- Каминченко Д. И. Взаимодействие средств массовой информации и общества: анализ информационных повесток дня. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*. 2020. Т. 39. № 4. С. 533–544. [Kaminchenko D. I. Interaction of mass media and society: Agenda analysis. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 2020, 39(4): 533–544. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18413/2712-7451-2020-39-4-533-544>
- Каминченко Д. И. Сравнительный анализ информационной повестки дня средств массовой информации и современных социальных медиа. *Медиаскоп*. 2019. № 4. [Kaminchenko D. I. Comparative analysis of informational agenda of mass media and modern social media. *Mediascope*, 2019, (4). (In Russ.)] <https://doi.org/10.30547/mediascope.4.2019.3>
- Лободенко Л. К., Чередынякова А. Б. Экологический имидж промышленных регионов. *Российская школа связей с общественностью*. 2023. № 29. С. 132–151. [Lobodenko L. K., Cherednyakova A. B. Environmental image of industrial regions. *Rossiiskaia shkola svyazei s obshchestvennostiu*, 2023, (29): 132–151. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24412/2949-2513-2023-29-132-151>
- Мельник Н. В., Герасимчук Д. М. Стратегии формирования имиджа региона (контент-анализ официальной страницы С. Е. Цивилева в социальной сети «ВКонтакте»). *Филология и человек*. 2020. № 3. С. 45–59. [Melnik N. V., Gerasimchuk D. M. Strategies of forming the image of the region (content analysis of the official page of S. E. Tsivilev in the social network "VKontakte"). *Philology & Human*, 2020, (3): 45–57. (In Russ.)] [https://doi.org/10.14258/filichel\(2020\)3-04](https://doi.org/10.14258/filichel(2020)3-04)
- Нозль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия; Весь мир, 1996. 352 с. [Noelle-Neumann E. *Öffentliche meinung: die entdeckung der schweigspirale*. М.: Progress-Akademiia; Ves mir, 1996, 352. (In Russ.)]
- Пак Е. М. Сетевые платформы как инструмент продвижения СМИ. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика*. 2020. № 2. С. 128–134. [Pak E. M. Network platforms as a media promotion tool. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2020, (2): 128–134. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ifoaci>
- Силакова Е. В. Реализация федерального закона о государственных пабликах в Курской области. *Политика, экономика и инновации*. 2022. № 5. [Silakova E. V. Implementation of the federal law on state publics on the example of the Kursk Region. *Politika, ekonomika i innovatsii*, 2022, (5). (In Russ.)] URL: <https://peijournal.ru/index.php/PEI/article/view/1115/1260> (дата обращения: 21.01.2025). <https://elibrary.ru/nnhlbb>
- Сушненкова И. А. Лингвокогнитивное моделирование как перспективный метод исследования регионального имиджа (на примере имиджа Омской области). *Вестник Омского университета*. 2011. № 4. С. 233–237. [Sushnenkova I. A. Cognitive-linguistic modeling as a perspective method of research of regional image (by example of image of Omsk Region). *Herald of Omsk University*, 2011, (4): 233–237. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pfztxh>

- Чепкасов А. В. Публичный дискурс регионального лидера и средств массовой информации в аспекте формирования имиджа российского региона (на примере Кемеровской области): дис. ... д-ра филол. наук. Кемерово, 2021а. 447 с. [Chepkasov A. V. *Public discourse of a regional leader and the media in terms of forming the image of a Russia's regions: the Kemerovo Region*. Dr. Philol. Sci. Diss. Kemerovo, 2021a, 447. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/didhij>
- Чепкасов А. В. Имиджевые тактики в публичных выступлениях руководителя региона. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2021b. Т. 23. № 3. С. 837–846. [Chepkasov A. V. Image tactics in public speeches of the head of the region. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2021b, 23(3): 837–846. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2021-23-3-837-846>
- Шумская М. В. Имидж Красноярск в социальных медиа: форматы контента (на примере «ВКонтакте»). *Актуальные проблемы авиации и космонавтики: IX Междунар. науч.-практ. конф. (Красноярск, 10–14 апреля 2023 г.)* Красноярск: СибГУ, 2023. Т. 3. С. 1141–1143. [Shumskaya M. V. Image of Krasnoyarsk in social media: Content formats (on the example of "VKontakte"). *Relevant issues of aviation and cosmonautics: Proc. IX Intern. Sci.-Prac. Conf., Krasnoyarsk, 10–14 Apr 2023*. Krasnoyarsk: SibSU, 2023, vol. 3, 1141–1143. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zoarpu>
- McCombs M. E., Shaw D. L. The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 1972, 36(2): 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>