



Telegram channels of candidates for governor: an overview of practical use during the campaign period

K. A. Priyatselyuk¹

¹Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2025-2-138-147

Research article
Full text in Russian

This article proposes to study the Telegram channels of the governors of the Republic of Khakassia, the Altai Territory and the Novosibirsk Region in the 2023 elections.

and to identify the main trends in their use of this resource during the campaign period. The content analysis of the published information is carried out using frequency analysis and n-gram analysis, as well as channel statistics obtained through the service. TGstat.ru in order to identify the level of activity of the governors in the social network three months before the voting day. On this basis, the author identifies the dominant themes of the digital socio-political agenda, which was formed by the governors on their channels.

It is concluded that the candidates who repeated their success after the 2018 elections did not fully use the opportunities to attract supporters through the Telegram messenger. Special attention is paid to measures to increase the information transparency of government representatives in Russia adopted after 2018, including the adoption of the federal law «On ensuring access to information on the activities of Government Agencies and local governments», the introduction of an appropriate criterion for evaluating the effectiveness of people's deputies, as well as the operational work of Regional Management Centers.

Keywords: campaigning period; elections; election campaign; information transparency; new media; agenda; public policy; information agenda

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Priyatselyuk, Ksenia A. | E-mail: priyatselyuk.ka@yandex.ru
Postgraduate

For citation: Priyatselyuk K. A. Telegram channels of candidates for governor: an overview of practical use during the campaign period // Social'nye i gumanitarnye znaniya. 2025. Vol. 11, No. 2. P. 138-147. (in Russ.)



Telegram-каналы кандидатов в губернаторы: обзор практического использования в агитационный период

К. А. Прияцелюк¹

¹Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва, Российская Федерация

DOI: 10.18255/2412-6519-2025-2-138-147
УДК 324

Научная статья
Полный текст на русском языке

В данной статье предлагается изучить Telegram-каналы губернаторов республики Хакасия, Алтайского края и Новосибирской области на выборах 2023 года и определить основные тенденции использования ими данного ресурса в агитационный период. Проводится контент-анализ опубликованной информации при помощи частотного анализа и анализа n-грамм, а также демонстрируются статистические данные каналов, полученные через сервис TGstat.ru с целью выявления уровня активности губернаторов в соцсети за три месяца до дня голосования. На этой основе автор выделяет доминирующие темы цифровой социально-политической повестки дня, которую формировали губернаторы у себя на каналах.

Делается вывод о том, что кандидаты, повторившие свой успех после выборов 2018 года, не в полной мере использовали возможности для привлечения сторонников посредством мессенджера Telegram.

Отдельное внимание уделяется мероприятиям по повышению информационной прозрачности деятельности представителей власти в России, принятым после 2018 года, в числе которых принятие федерального закона «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», введение соответствующего критерия для оценки эффективности народных избранников, а также оперативная работа Центров управления регионами.

Ключевые слова: агитационный период; выборы; избирательная кампания; информационная прозрачность; новые медиа; повестка дня; публичная политика; повестка дня

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Прияцелюк, Ксения Александровна	E-mail: priyatselyuk.ka@yandex.ru Аспирант кафедры политологии и политического управления Института общественных наук
---------------------------------	--

Для цитирования: Прияцелюк К. А. Telegram-каналы кандидатов в губернаторы: обзор практического использования в агитационный период // Социальные и гуманитарные знания. 2025. Том 11, № 2. С. 138-147.

Введение

Новые медиа в целом и социальные медиа в частности давно зарекомендовали себя в качестве площадок для продвижения кандидата в период агитационной кампании и взаимодействия с аудиторией. Обратная связь как одна из важнейших составляющих теории политической системы Дэвида Истона теперь реализуется в том числе и посредством получения комментариев от публики под контентом, а также измеряет-

© ЯРГУ, 2025

Статья открытого доступа под лицензией CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

ся повесткой дня – кругом вопросов, волнующих общество в определенный промежуток времени и транслируемых в цифровом пространстве [1]. Такой вид повестки Л. Н. Тимофеева и др. выделили в отдельную категорию «Цифровая социально-политическая повестка дня» – ту, что формируется в интернет-среде её пользователями и государственными структурами, затрагивая социально-политические темы жизни общества [2].

В агитационный период в борьбу за формирование повестки дня вступают кандидаты на выборную должность. Помимо их конкуренции между собой образуется конкуренция повесток – дискурса гражданского, государственного, кандидатов и иных игроков медиа-рынка [3].

Скорость работы новых медиа, их доступность, открытые возможности для выражения мнений публично привлекают не только гражданских активистов, но и государственные структуры. Представители власти поняли, что информационная прозрачность сегодня – не только потребность для реализации демократических принципов современного государства посредством возможностей интернета, но и действенный способ управления повесткой дня [4]. Под новыми медиа мы имеем в виду институционализированные информационные площадки, существующие только в электронном формате, задачей которых является демонстрация цифрового контента.

В данной работе мы предлагаем рассмотреть в качестве новых медиа каналы на платформе «Telegram» (далее – Telegram, Телеграм) как информационный ресурс для проведения избирательной кампании кандидатов на должность губернатора субъекта Российской Федерации.

Мы не будем проводить корреляцию результатов голосования с итогами медиа-активности губернаторов в Telegram, поскольку результаты выборов необходимо изучать как комплекс мероприятий, направленных на привлечение сторонников и достижения целей избирательной кампании.

Электоральные циклы 2018 и 2023 гг. выбраны не случайно. Именно на стыке этих периодов произошли события, изменившие российский интернет. Во-первых, в 2018–2019 гг. российским правительством был предпринят ряд значимых шагов к освоению сетевого пространства и контроля над его повесткой. Так, в 2019 году был принят закон «О суверенном интернете»¹, регулирующий маршрутизацию российского интернет-трафика в целях сохранения безопасности российского сегмента глобальной сети. Во-вторых, в то же время обеспечением представленности органов государственной власти и отдельных политических деятелей в интернете стали заниматься Центры управления регионами (ЦУР) – некие «проектные офисы» под управлением АНО «Диалог Регионы»². Их задачей является выявление проблемных ситуаций в регионах присутствия и оперативная передача информации в компетентные учреждения – органы исполнительной и законодательной власти – в целях повышения эффективности деятельности последних, а также снижения социального напряжения, повышения уровня доверия граждан к институту государства.

¹ Федеральный закон от 1 мая 2019 г. № 90-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О связи» и Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Российская газета: сайт. [2019]. URL: <https://rg.ru/documents/2019/05/07/fz90-dok.html> (дата обращения: 01.02.2025).

² Постановление Правительства РФ от 16 ноября 2020 г. № 1844 «Об утверждении Правил предоставления субсидии из федерального бюджета автономной некоммерческой организации по развитию цифровых проектов в сфере общественных связей и коммуникаций «Диалог Регионы» на создание и обеспечение функционирования в субъектах Российской Федерации центров управления регионов и Правил создания и функционирования в субъектах Российской Федерации центров управления регионов».

Дополнительной мотивацией активности губернаторов в интернете стал призыв Сергея Кириенко, первого заместителя главы администрации президента, к использованию социальных сетей в качестве инструмента коммуникации первых лиц регионов с жителями страны. Информационная прозрачность стала одним из критериев эффективности губернаторов по поручению президента Владимира Путина. Законодательное оформление обязанности трансляции работы губернаторов и государственных учреждений в публичном пространстве окончательно закрепилось в 2022 году в так называемом «Законе о госпабликах»³.

Однако эти факты – лишь детали в сравнении с событиями мирового значения, изменившими интернет. К таковым относится пандемия Covid-2019, отмеченная увеличением числа пользователей сети [5], и специальная военная операция России на Украине (СВО). СВО сопровождается ограничительными мерами со стороны правительства Российской Федерации по сохранению кибербезопасности, суверенитета страны на просторах Сети, направленными противостоянию информационным вбросам и хакерским атакам.

Кроме того, развитие СВО может оказать влияние на электоральное поведение: в пользу или против кандидата. И это не всегда касается отечественного политического сюжета. Ситуация в стране в целом в электоральный период и без того, независимо от публичного поведения персоналий субъекта РФ, способна изменить результаты голосования. Работа по выстраиванию позиции государства к СВО внутри страны ведется, начиная от мер материальной поддержки семей военнослужащих до идеологической составляющей, что также в конечном счете отражается на результатах голосования.

Вышеперечисленные трансформации оставили отпечаток на стратегиях поведения кандидатов на выборные должности в интернет-среде. Если в 2018 году кандидаты не отличались наличием стратегии поведения в сети, то к 2023 году изучаемые информационные кампании губернаторов можно охарактеризовать как стратегии интенсивного действия.

Отметим, что в 2018 году ни один трёх губернаторов не использовал Telegram в качестве площадки для продвижения в медиасреде.

После запрета на территории Российской Федерации ряда социальных сетей, принадлежащих компании Meta⁴, произошла миграция пользователей из них на медийную платформу Telegram. Активный переход интернет-авторов и читателей пришелся на 2022 год, а уже в 2023 ежедневная аудитория данного ресурса обогнала сервис ВКонтакте: 54,3 млн человек против 56,2 млн. [6].

Методика исследования

Выборка кандидатов для изучения их каналов в Телеграм производилась на основе анализа результатов избирательных циклов в 85 регионах России в 2018 году и в 89 регионах страны в 2023 году. Критерием подбора стал параметр переизбрания. Для консолидации кандидатов был выбран признак административно-территориального устройства, по которому авторы выделили кандидатов из Сибирского федерального округа (СФО). Таким образом, результаты показали, что в вышеуказанные годы

³ Федеральный закон 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 статью 10 Федерального закона «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации» // Президент России – сайт. 14 июля 2022 года. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48052> (дата обращения: 03.02.2025).

⁴ Признана экстремистской организацией.

в Сибирском федеральном округе смогли повторить свой успех лишь три губернатора: Виктор Томенко (Алтайский край, Всероссийская политическая партия «Единая Россия»), Валентин Коновалов (Республика Хакасия, Коммунистическая партия Российской Федерации) и Андрей Травников (Новосибирская область, Всероссийская политическая партия «Единая Россия»).

Мы изучили Телеграм-каналы трёх губернаторов с целью выявления вовлеченности аудитории в публикуемый ими контент и основных тематических блоков в период избирательной компании – за три месяца до голосования – с 1 июня по 1 сентября 2023 года. Для сбора статистических данных использовался сервис аналитики TGstat.ru. Данные находятся в открытом доступе и не являются конфиденциальной информацией.

Контент-анализ был проведен на основе данных, полученных методом сплошной выгрузки через API-сервис Telegram. Тексты опубликованных кандидатами материалов были очищены от элементов, являющихся общеупотребительными, а также от неинформативных стоп-слов. После чего к массиву информации был применен частотный анализ, а также анализ n-грамм. Таким образом были выявлены 50 ключевых слов и 50 частотных (самых часто употребляемых слов). Такой метод изучения контента позволил выделить тематические кластеры из всех сообщений и исследовать контент более детально и целенаправленно. После чего автором осуществлялся контент-анализ публикаций на каналах посредством поиска сообщений по ключевым словам.

Критерии и результаты изучения статистики каналов, а также контент-анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1

Статистика Телеграм-каналов губернаторов, одержавших победу в региональных выборах в 2018 и 2023 гг., за период 1 июня – 1 сентября 2023 г.

Критерий	Кандидат		
	Виктор Томенко, Алтай	Валентин Коновалов, Республика Хакасия	Андрей Травников, Новосибирская область
Частота публикаций	Регулярно, средняя	Регулярно, высокая	Регулярно, ниже среднего
Кол-во публикаций, среднее значение	190	387	167
Число подписчиков, среднее значение	21 328	3 497	17 020
Индекс вовлеченности, среднее значение	1,06 %	2,9 %	2,9 %
Цитирование (упоминания + репосты)	5 817	1 963	743
Основные темы публикаций	- развитие региона; - бюджетирование; - национальные проекты; - сельское хозяйство; - итоги рабочих поездок.	- работа Правительства Республики Хакасия; - бюджетирование; - проблемы малых населенных пунктов (сёла); - школы; - спорт.	- контроль выполнения поручений; - строительство; - школы; - развитие региона.
Итоги голосования	76,2 %	63,14 %	75,72 %
Явка	31 %	39,54 %	31,86 %

Результаты

Виктор Томенко (Алтайский край, Всероссийская политическая партия «Единая Россия»)

Канал в мессенджере Telegram Томенко открыл 9 марта 2023 года, накануне новой предвыборной гонки. На выборах 2023 года Виктор Томенко значительно улучшил свой предыдущий результат как кандидата, уверенно закрепив позицию лидера. Кандидат получил публичную поддержку лидеров партии «Единая Россия» [7], а перед выборами стало известно о планируемой встрече Виктора Томенко с президентом Владимиром Путиным, что также могло повлиять на имидж кандидата-губернатора.

В период с 9 по 15 марта 2023 года количество подписчиков Телеграм-канала кандидата достигло отметки в 19 165 человек и стабильно росло с каждым днём. Пиковое значение роста подписчиков в период избирательной кампании – 21 455 – пришлось на начало августа 2023 года.

Наибольшее качественное внимание пользователей к контенту канала Томенко замечено 24 июня 2023 года, ER – 13,39 % (ER – индекс вовлеченности, рассчитывается по формуле: Количество реакций под постом ÷ Количество подписчиков × 100 %). В этот день произошло вооруженное выступление военизированного формирования ЧВК «Вагнер». Виктор Томенко выпустил три текстовых поста нейтрального характера со словами поддержки Президента. Уже к 27 июня индекс вовлеченности канала упал до 0,63 %. Вторым по числу вовлеченных пользователей в публикуемый контент стал пост-поздравление ко Дню фермера (10 июня 2023 г.), ER – 2,88 %.

Об интересе читателей канала к контенту также говорит и значение «Репост» – публикация информации со ссылкой на первоисточник. Здесь отметим пост Виктора Томенко, размещенный на канале 22 июня 2023 года. Без изображений и видео был опубликован текст с просмотром в 27,4 тысячи. Его репостнули 338 аккаунтов. В публикации губернатор обратил внимание на снижение заработных плат и нехватку специалистов «Почты России», а также муниципальных служащих в сельсоветах и районных администрациях. Таким образом кандидат если и не решил проблему, то акцентировал на ней внимание, продемонстрировал свою вовлеченность в проблемы местных жителей.

Отличительной чертой канала Виктора Томенко являются длинные текстовые сообщения, часто – без изображений и видео.

Частотный анализ опубликованного текста показал, что в дискурсивном поле губернатора сформировались тематические кластеры, посвященные развитию региона и бюджетированию проектов разных сфер (слова «рублей», «крае», «миллионов», «пять», «развитие»). Отдельное внимание автор канала уделял сообщениям о реализации национальных проектов («в рамках нацпроекта», «федеральном», «России»). Кроме того, кандидат рассказывал своей аудитории об успехах сельского хозяйства и работе предприятий Алтайского края («края», «сельского», «хозяйства», «предприятия», «агрии»).

Отдельное внимание автор канала уделил ситуации с пожарами в регионе. Губернатор с определенной периодичностью отчитывался о мерах по ликвидации последствий ЧС в целях сохранения природных ресурсов. Данная тематика является приоритетной для Алтайского региона, поскольку экономический успех края достигается в основном за счёт развития сельского хозяйства [8].

Публикации на тему специальной военной операции России на Украине в изучаемый период отсутствуют.

Активность постинга средняя, 5 дней (и все – воскресенье) за агитационный период кандидат ничего не публиковал. В среднем Виктор Томенко публиковал 2 поста в день.

Валентин Коновалов, Республика Хакасия (Коммунистическая партия Российской Федерации)

По оценке ИАС «Медиалогия», Коновалов занял 15 место среди 20 губернаторов по цитируемости в социальных медиа в августе 2023 года. В этот месяц в интернете было опубликовано 25,71 тыс. сообщений с его упоминанием [9].

Валентин Коновалов открыл Telegram-канал в марте 2022 года, до этого активно пользовался социальной сетью Instagram⁵. Еженедельно губернатор проводит прямые эфиры (стримы) для ответов на вопросы, поступающие от жителей региона. Такой формат общения имеет риски, но положительно отражается на имидже кандидата. Вместе с тем участие в его онлайн-трансляциях принимали представители органов исполнительной власти региона.

При анализе Телеграм-канала кандидата в агитационный период выявлено, что максимальное число подписчиков наблюдалось в августе – 3 905 человек. Пик вовлеченности аудитории замечен 08 июня 2023 года – 7,17%. В этот день вышел один пост, он был посвящен решению губернатора произвести единовременные выплаты педагогическим работникам в честь Года педагога и наставника в России. Также Валентин Коновалов активно публиковал анонсы предстоящих встреч с жителями региона как в онлайн, так и в офлайн-пространстве.

В целом постинг имел высокую активность: за три месяца канал кандидата в губернаторы «молчал» лишь 2 дня. Среднее количество постов в день – 4.

27 августа 2023 года Валентин Коновалов встретился с Антоном Силуановым, министром финансов Российской Федерации. Публикация с совместным фото политиков стала рекордной по числу репостов за всю агитационную кампанию кандидата – 55 репостов при 2,7 тыс. просмотров.

Примечательно, что новостные посты кандидата начинаются с глагола-действия: «Подписал соглашение...», «Поздравил выпускников...», «Вручил сертификаты...», «Провёл встречу...» и т. д. Такое повествование можно назвать характерной чертой данного автора. На протяжении всего агитационного периода автор канала публиковал новости о встречах с жителями региона, участвовал в теледебатах со своими оппонентами, а вот посты с призывами о голосовании в пользу кандидата и с изложением программных тезисов среди публикаций отсутствуют. Значимое количество контента было посвящено талантливой молодёжи региона: выпускникам, получившим 100 баллов за сдачу Единого государственного экзамена, юным спортсменам и общественным активистам.

Таким образом, наблюдается доминирование тем «Школа» (слова «школы», «выпускница», «ЕГЭ», «баллов», «по русскому языку»), освещение проблем малых населенных пунктов («село», «жители») и спортивных мероприятий. Также обратим внимание, что губернатор не только привлекал к участию в прямых эфирах на своем канале профильных министров, но и отчитывался о работе регионального Правительства («Правительство», «бюджет», «руб.», «млн.»).

Автор опубликовал 10 постов за три месяца с упоминанием СВО, коротко говоря о том, что в регионе приняты меры поддержки семей участников спецоперации, проводятся мероприятия с участием вернувшихся бойцов, а также об установке мемориальных памятников погибшим. Данные о числе ушедших жителей региона на СВО от-

⁵ Запрещен на территории Российской Федерации.

существуют в открытых источниках, в связи с чем нельзя провести анализ соотношения публикаций с ситуацией по мобилизации хакасов.

Андрей Травников (Новосибирская область, Всероссийская политическая партия «Единая Россия»)

Травников занял пост врио губернатора региона в октябре 2017 года, более чем за полгода до начала избирательной кампании. Выборы в 2018 году в регионе прошли без политических интриг и скандалов, а некоторые аналитики даже назвали их «пресными». Впрочем, как и выборы 2023 года.

Первый пост в телеграм-канале Андрея Травникова был опубликован 14 марта 2022 года. К моменту агитационной кампании информационная площадка кандидата имела 17 140 подписчиков. С ходом избирательной кампании число постоянных читателей канала Андрея Травникова снизилось до 16 950. В целом снижение незначительное, но тенденция спада интереса к каналу сохранилась и по сей день. В марте 2025 года на новосибирского губернатора подписано 15 933 человека.

Наивысшее значение вовлеченности аудитории во время избирательного цикла – 4,29 % – достигнуто 03 июля 2023 года благодаря посту о создании нового органа власти в регионе – департамента молодёжной политики в местном Правительстве. Видеообращение с использованием фотографий молодых активистов набрало 12,6 тысяч просмотров.

Видеоформат можно назвать отличительной чертой Телеграм-канала кандидата. Практически каждый пост сопровождается видеозарисовками с мест событий и текстовыми комментариями о происходящем. Такое решение, с одной стороны, привлекает к просмотру участников мероприятий с целью поиска себя на используемых фото и видео, и, с другой стороны, отталкивает сторонних наблюдателей – перед просмотром видео нужно загрузить, а также уделить время как видеонарезке, так и дополнительному тексту, что может создавать впечатление перегруженности информацией.

24 июня 2023 года на канале был опубликован пост поддержки Владимира Путина в связи с вооруженным мятежом ЧВК «Вагнер», эта публикация заняла 1 место по репостам за весь период работы избирательного штаба кандидата – 36.

Публикационная активность во время агитационного периода – ниже среднего. В совокупности кандидат не размещал контент на протяжении 27 дней с июня по август (включительно), в среднем публиковал около 2 постов в день. Обзор постинга показывает, что в период избирательной кампании активность автора на канале не увеличилась, кандидат вел аккаунт в обычном режиме, освещая текущие задачи. Более того, информация об агитационных встречах с избирателями на канале и вовсе отсутствует. В постах о посещении территорий и государственных, муниципальных учреждений заложена идея контроля текущих задач. Возможно, таким образом кандидат, параллельно своей ежедневной работе, продвигал свою кандидатуру.

В изучаемый период вышло 9 публикаций на СВО-тематику – ситуативные, разнохарактерные – о получении наград бойцами-новосибирцами, мерах поддержки семей участников спецоперации, и др. Закономерностей в контенте на данную тему не отмечено.

Как и предыдущий кандидат, Андрей Травников использовал формулировки-действия: «провел», «уделил особое внимание», «проконтролировал», что фиксирует внимание читателя на работе кандидата и может расцениваться как подтверждение эффективности управленческих навыков народного избранника.

Также значимость имела тема «Строительство». В основном она освещалась в рамках отчётности об итогах рабочих поездок кандидата по региону («инфраструктура», «рабочей», «строительство»).

Обсуждение

На сегодняшний день существует множество исследований, результаты которых говорят о влиянии использования интернет-технологий на электоральное поведение. Однако в рамках изучения выбранных нами Telegram-каналов нельзя выделить феноменальные тенденции, как, например, использование соцсети Twitter⁶ в предвыборной кампании Барака Обамы в 2012 году и Дональда Трампа в 2018 году.

Судя по результатам голосования, кандидаты смогли улучшить свой результат. Мы не можем утверждать, что это произошло по причине повышения их активности в социальных сетях. Итог голосования – это всегда совокупный, многофакторный показатель.

Контент-анализ материалов подтвердил, что кандидаты в губернаторы завели свои аккаунты в мессенджере Telegram после принятия государством мер по повышению информационной прозрачности деятельности глав регионов. Во время агитационного периода кандидаты-губернаторы использовали данный интернет-ресурс в обычном режиме: освещали рабочие поездки и мероприятия, протокольные встречи. Лишь один из трёх кандидатов – Валентин Коновалов – освещал работу избирательной кампании и публиковал информацию агитационной направленности. В качестве гипотезы можем предположить, что такое поведение в Сети демонстрирует реальную конкурентную ситуацию во время выборов, использование доступных как для кандидата, так и для электората ресурсов для привлечения сторонников, не только демонстрацию исполнения своих текущих задач в рамках должностных обязанностей губернатора, но и его нацеленность на продолжение борьбы за властный ресурс. Виктор Томенко и Андрей Травников не акцентировали внимание на выборах и обошлись лишь постами-маркерами начала политической гонки. Кроме того, ни один из кандидатов, кроме Коновалова, не использовал свой канал в качестве хаба для привлечения аудитории на другие персональные интернет-площадки.

Также по результатам изучения публикаций можно отметить клишированность подачи информации – однотипные форматы, отсутствие адаптации материалов под интернет-ресурс. Например, длинные официальные тексты, «пресная», не вызывающая эмоций визуализация, а порой и вовсе её отсутствие. К слову, такой стиль уже стал тенденцией среди государственных управленцев. Как отмечает А. В. Баранов, «Не гражданам должны обучаться официальному языку, а представители властных структур должны уметь так адаптировать административно-политический дискурс, чтобы он перестал быть сухим, бюрократичным и недоступным для понимания» [10]. По всей видимости именно поэтому статистика вовлеченности читателей каналов изучаемых нами губернаторов в агитационный период была нестабильна и росла лишь во время освещения ими событий, имеющих жизненно важное значение для граждан.

Поддерживать уровень интереса к аккаунту можно через интерактивные формы – опросы, прямые эфиры, живой стиль письменного общения, креативный стиль представления информации, а также создание ярких инфоповодов. Информационное «раскрепощение» – это часть клиентоориентированного подхода, который зафиксирован на федеральном уровне (Федеральный проект «Государство для людей») с целью повышения уровня доверия граждан через «эмпатичную и участную» комму-

⁶ Запрещен на территории Российской Федерации.

никацию [11]. В 2023 году в Telegram-каналах кандидатов в губернаторы трёх субъектов страны такого гармоничного взаимодействия с аудиторией не наблюдается.

Основными общими темами публикаций на их страницах стали социальное обеспечение и благополучие отдельных категорий населения, развитие инфраструктуры, системы образования – строительство детских садов и школ, продвижение семейных ценностей.

Ведение аккаунта на площадке Телеграм может стать инструментом формирования социально-политической цифровой повестки дня, однако для этого необходимо достичь общности нескольких параметров: наличие значимого для жителей территории инфоповода, ведущая роль комментатора данного инфоповода – роль инфлюенсера (от англ. influence – «влияние»), адаптация контента к площадке его размещения, умение слышать свою аудиторию и найти возможности привлечь новую, высокая скорость реагирования на внешние факторы, а также высокая публикационная активность. Последняя характеристика поможет выработать свой собственный стиль поведения в соцсетях и привлечь внимание пользователей. Попадание в повестку дня хоть и не гарантирует электоральное преимущество, но повысит узнаваемость кандидата, что также немаловажно для его продвижения и укрепления доверия электората.

Ссылки

1. Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация: модели влияния. Как устанавливается повестка дня? Екатеринбург: Гуманитарный университет, Институт философии и права УрО РАН, 2001. 25 с. EDN RVCKUT
2. Цифровая социально-политическая повестка дня и ее осмысление в условиях новой медиаэкологии / Л. Н. Тимофеева, Н. А. Рябченко, О. П. Малышева, А. А. Гнедаш // Полис. Политические исследования. 2022. № 2. С. 37-51. DOI 10.17976/jpps/2022.02.04
3. Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Повестка дня и информационное общество. Екатеринбург: Кабинетный учёный, 2020. 142 с.
4. Бирючева Е. И., Гнедаш А. А., Рябченко Н. А. Дискурсивные маркеры имиджеобразующей деятельности российских губернаторов в социальных медиа // Общество: политика, экономика, право. 2024. № 12. С. 24-34. DOI 10.24158/per.2024.12.2.
5. Жизнь онлайн: потребление, пользование, развлечения // ВЦИОМ. 16.12.2020. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhizn-onlain-potreblenie-polzovanie-razvlechenija> (дата обращения: 02.03.2025).
6. Telegram обогнал "ВКонтакте" по средней дневной аудитории // Коммерсант. 10.08.2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6149432> (дата обращения: 02.03.2025).
7. Турчак призвал поддержать Томенко на выборах губернатора в Алтайском крае // ТОЛК. 20.04.2023. URL: <https://tolknews.ru/telekanal/144274-pochemu-andrey-turchak-prizval-podderzhat-viktora-tomenko-na-viborah> (дата обращения: 09.03.2025).
8. Алтайский край Краевой бюджет на 2023 год и на плановый период // Министерство финансов Алтайского края: сайт. [2023]. URL: https://minfin.alregn.ru/files/bud_book-2023-2.pdf.
9. ТОП-20 глав регионов РФ по упоминаемости в соцмедиа - август 2023 // Медиалогия. 18.09.2023. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/vlast/governors/heads/12463/> (дата обращения: 12.11.2024).
10. Баранов А. В. Социальные сети как инструмент формирования доверия к власти в клиентоцентричной модели государства // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2024. № 3. С. 228-234. DOI 10.22394/2079-1690-2024-1-3-226-235
11. Федеральный проект "Государство для людей" // АНО "Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации": сайт. [2024]. URL: <https://xn-80aebecah6apa1adyldqm2sra.xn-p1ai/about/> (дата обращения: 09.03.2025).