

СОЦСЕТИ ДЛЯ ПОЛИТИКА: ИНСТРУКЦИЯ ПО ПРИМЕНЕНИЮ

Гайд по итогам Экспертного совета
«Политики новой волны»



ДИАЛОГ
ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

ОБ ЭКСПЕРТНОМ СОВЕТЕ

8-9 февраля в ситуационном центре Правительства Москвы прошел **Экспертный совет «Политики новой волны»**. Организатором выступил **«Диалог»** при поддержке **ЭИСИ**.

Политики новой волны — это те госслужащие, которые уделяют большое внимание **коммуникации с гражданами в реальной жизни и соцсетях**.

Депутаты Госдумы, главы ОМСУ, политтехнологи и эксперты обсудили вопросы общения политиков с россиянами в соцсетях.



ЧТО БЫЛО НА МЕРОПРИЯТИИ?

- Активные дискуссии об образе современного политика
- Разработка стратегии позиционирования политиков в социальных сетях
- Обсуждение вызовов и эффективного реагирования на них для всех уровней государственного управления
- Групповая работа и тематические лекции
- Разработка рекомендаций по отработке рисков политиков в соцсетях



Интернет — **главный канал формирования образа политика** и любого публичного лица. Сегодня кого-то уговаривать работать в соцсетях бесполезно. Такие руководители просто проиграют конкуренцию в условиях цифровой трансформации



АНДРЕЙ ЦЕПЕЛЕВ

Заместитель генерального директора АНО «Диалог Регионы», президент Ассоциации интернет-технологов

Тема совета — **«Политики новой волны»** — как политикам выстраивать свой публичный образ в условиях **новой информационной реальности**: тотального использования социальных сетей, повестки специальной военной операции (СВО), высокого запроса граждан на открытость и обратную связь от власти

Центры управления регионами (ЦУР)— это инструмент прямой и эффективной коммуникации жителей и власти с целью решения проблем и предотвращения их возникновения в будущем.

ЦУР играет важную роль в достижении цифровой трансформации страны — одной из национальных целей развития России на период до 2030 года.

В условиях новой информационной реальности экспертно-аналитическая поддержка ЦУР становится особенно актуальной для должностных лиц и чиновников.

Руководители регионов ждут от ЦУР объективного среза ситуации, проблемного поля, которое от них могут скрывать подчиненные. Сейчас мы хотим **наращивать отраслевую аналитику** для глав, чтобы доводить до них не только сами угрозы, но и предлагать **совместно выработанные с органами власти решения**



**КИРИЛЛ
ИСТОМИН**

Первый заместитель генерального
директора АНО «Диалог Регионы»

Команда «Диалога» проводит **комплексную работу по повышению уровня представленности глав районов и городов в социальных сетях и эффективности их онлайн-коммуникаций с жителями.**

Для глав муниципалитетов реализуются обучающие программы как в онлайн, так и офлайн формате, разработаны методические материалы.

Экспертный совет «Политики новой волны» и данный гайд – еще один инструмент повышения качества ведения личных аккаунтов политиков.



ДАРЬЯ БОГДАНОВА

Заместитель генерального директора
АНО «Диалог»

Один из главных показателей работы органов власти – ее **открытость**. Сегодня уже никто не спорит о важности присутствия чиновников в интернете. Главное, все время учиться подстраиваться под быстро меняющиеся тренды.

Тот, кто постоянно **поддерживает обратную связь** с жителями, оперативно и качественно **отрабатывает риски**, грамотно выстраивает инструменты доставки контента – в итоге имеет **поддержку жителей**

СОДЕРЖАНИЕ

1. <u>НОВАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ: МНЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ</u>	8
2. <u>КАК ПОЛИТИКУ СОЗДАТЬ ОБРАЗ</u>	11
3. <u>ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ И ТРЕНДЫ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ</u>	13
4. <u>РИСКИ ПОЛИТИКА В ИНТЕРНЕТЕ</u>	23
5. <u>СЕКРЕТЫ УСПЕХА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ</u>	28
6. <u>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</u>	30



НОВАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ: МНЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ

D

В современных цифровых реалиях Интернет стал ключевым каналом формирования образа политика и других публичных лиц, а социальные сети открывают возможности для прямого общения с гражданами.

АЛЕКСАНДР ХИНШТЕЙН

Глава комитета Госдумы
по информационной политике,
информационным технологиям
и связи



Соцсети, **изменения медийных процессов** не могут нас не затронуть. Если политик **правильно пользуется этим инструментарием**, он в состоянии добиваться результатов

НОВАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ: МНЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ

D

Политики новой волны — главный **ресурс**
эффективного управления
и социально-экономической
стабильности



ДАРЬЯ КИСЛИЦЫНА

Директор Департамента региональных
программ ЭИСИ

Они подобны обучающейся нейросети,
которая сама **генерирует уникальные**
управленческие решения на местах

Одним из самых важных качеств политиков новой волны является **эмпатия**.

В текущих условиях геополитической обстановки политикам важно **проявлять открытость и близость к гражданам**. В первую очередь необходимо концентрироваться на **решении проблем**



АЛЕКСАНДР ХИНШТЕЙН

Глава комитета Госдумы по информационной политике, информационным технологиям и связи

Образ политика — это дорожная карта, без нее управленцу никуда. Выходя с образом, он должен понимать, **на образ какой России он ориентируется**



ЕВГЕНИЯ СТУЛОВА

Исполнительный директор коммуникационного холдинга «Минченко консалтинг»

КАК ПОЛИТИКУ СОЗДАТЬ ОБРАЗ?

На Экспертном совете участники обсудили техники, которые формируют образа политика и его стратегию коммуникации.

Евгений Минченко, президент коммуникационного холдинга «Минченко консалтинг», президент РАСО, выступил с мастер-классом по применению **архетипических образов**.

Вадим Войченко, тренер-эксперт по профайлингу, основатель школы профайлинга «7Радикалов», поделился секретами выстраивания коммуникации с использованием **профайлинга**: через определение ведущего радикала собеседника.



Почему моделирование образа сегодня — это самая важная технология?

Первое — **конкуренция за внимание** аудитории. Второе — у избирателя возросла **требовательность к органичности поведения**. Последнее — клиповое мышление и **сериальное восприятие политики**

ЕВГЕНИЙ МИНЧЕНКО

Президент коммуникационного холдинга «Минченко консалтинг», президент РАСО



ВАДИМ ВОЙЧЕНКО

Эксперт по профайлингу,
Руководитель Бизнес-Школы
«7Радикалов»

Управление — это во многом **психология межличностных отношений**.

Но психологические ресурсы человека ограничены, а поведение подчиняется строгим закономерностям. Зная объемы и качество ресурсов, характер закономерностей, можно построить **осознанное, результативное управление и коммуникацию**

ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ И ТРЕНДЫ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Новые функции соцсетей и площадки помогают не только увеличить аудиторию и цитируемость в интернете, но и **сформировать личный бренд**. Или, иными словами, мнение, которое складывается у жителей относительно деятельности политика.

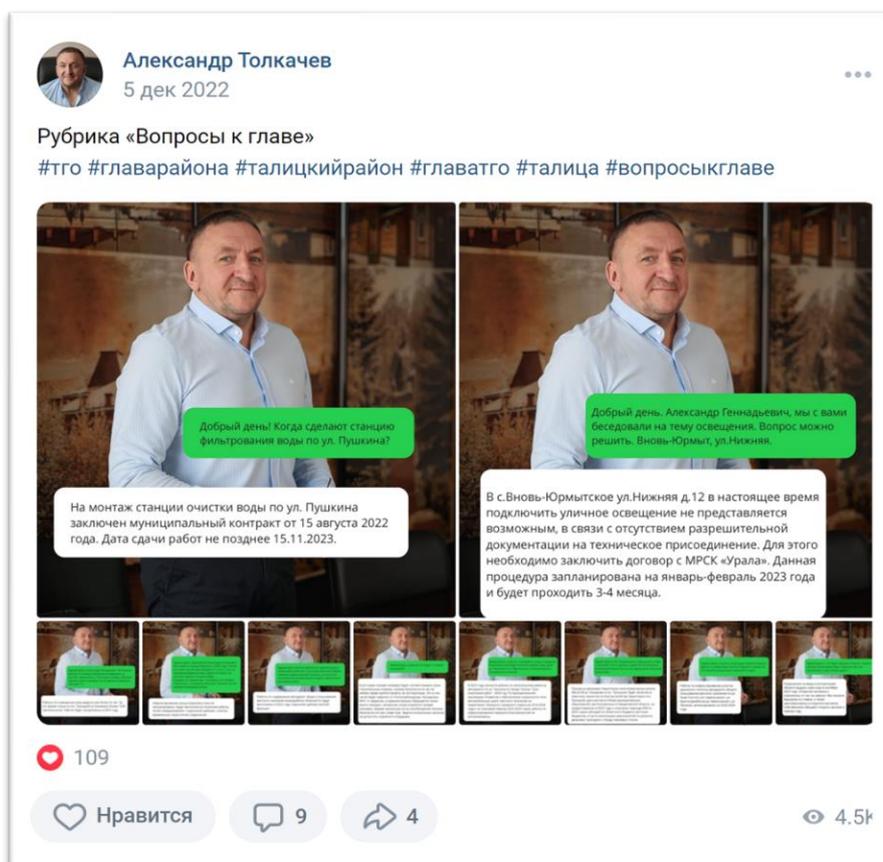
Но важно **использовать тренды грамотно**, поэтому вместе с участниками Экспертного совета мы обсудили интересные практики политиков в социальных сетях, выделили их сильные и слабые стороны.



Тренд 1. Работа с обратной связью

Дайджесты вопросов–ответов

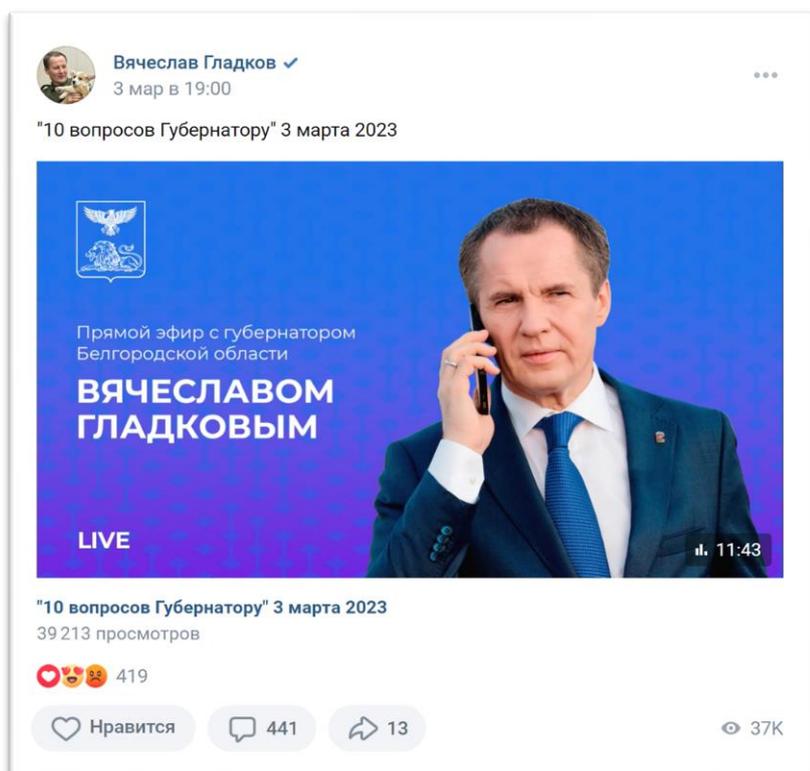
Для личного бренда политика важно не только реагировать на комментарии и обращения, но и подсвечивать эту работу на своей странице. Один из вариантов, как можно это сделать, — собирать в отдельном посте самые частые или наиболее злободневные вопросы, а также ответы на них.



Глава Талицкого городского округа Свердловской области Александр Толкачев делает [рубрику вопросов-ответ в формате карточек](#)

Прямые эфиры

Действующие политики и пресс-секретари советуют делать заготовки для трансляций, но выбирать **живое общение с подписчиками без ведущих**. Также крайне важно **отказаться от «зачитывания по бумажке»**, чтобы не превращать трансляции в совещание. Рекомендуемая периодичность проведения эфиров — раз в неделю, однако в ситуации ЧС она может быть увеличена до одного эфира ежедневно.



*В непростых условиях приграничного региона губернатор Белгородской области **Вячеслав Гладков** ежедневно отвечает на 10 вопросов, поступивших от жителей в социальных сетях*

*Такие же прямые эфиры ежедневно проводят **главы всех муниципальных образований** Белгородской области*

Завтрак с главой

Несмотря на удобство онлайн-коммуникаций, соцсети не могут полностью заменить живое общение с гражданами. Такой формат, как завтрак с главой, или иные **неформальные встречи с жителями** позволяют услышать общественное мнение и одновременно создать интересный инфоповод.



*Глава Старорусского муниципального района Новгородской области **Елена Комарова** уже провела [встречи со студенткой медицинского колледжа и волонтерским отрядом](#)*

При организации неформальных встреч с жителями нужно обратить внимание на несколько моментов. Первый – это **подбор гостя**. Для максимального эффекта эксперты призывают приглашать **лидеров общественного мнения**, которые транслируют позицию определенных групп населения и могут помочь найти системные решения.

Второй — **правильная одежда**. Для неформальных встреч подойдет **стиль кэжуал**, который подчеркнет характер разговора. Если, конечно, сразу после завтрака политик не направляется на деловую встречу.

Тренд 2. Личностный контент

Социальные сети помогают познакомить граждан с работой власти, но подписчикам также интересны политики как люди. Со своими увлечениями, личной жизнью. Как показывает практика, **соотношение рабочего и личного составляет примерно 80%/20%**, но есть интересные форматы, которые позволяют рассказать о рабочем через призму личного.

Например, публикация о том, **как можно провести выходные и досуг в городе, районе или регионе**. Однако стоит обратить внимание на стоимость такого досуга: поскольку потенциальная аудитория включает всех жителей населенного пункта, избирательного округа или субъекта РФ, **времяпрепровождение политика должно быть доступно большинству людей**.

Ирина Войнова, глава Алтайского края Республики Хакасия, завела [рубрику #недомашниевыходные](#), в которой рассказывает о том, где можно заняться спортом на выходных



Ирина Войнова

29 янв в 17:01

И вновь #недомашниевыходные

Сегодняшний день в Кайбалах ознаменовался громкими криками, свистом, а знаете почему? У нас состоялась товарищеская игра по хоккею с шайбой. Состязались команды Кайбальской школы и СК «Дружина»! Победила, конечно, же дружба!

Спасибо спортсменам за активность. А тренерам огромное спасибо за то, что несмотря на выходные дни, вы вкладываете в детей лучшее - внимание!

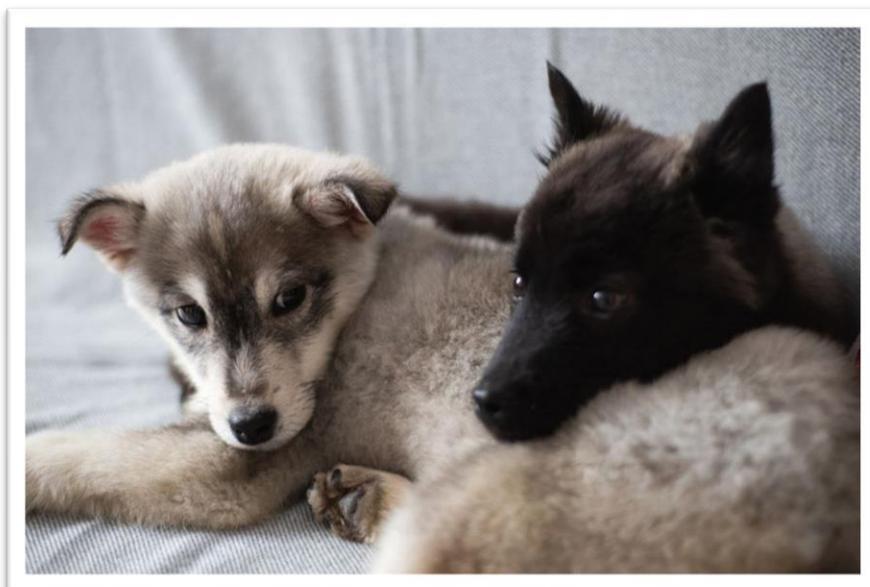
Еще один пример совмещения рабочего и личного — **объявления о поиске дома для животных.**

С одной стороны, такие посты показывают любовь к братьям нашим меньшим и характеризуют политика как человека заботливого. С другой, могут помочь решить проблему бездомных животных.

Тем не менее, **подобные публикации рекомендуется выпускать в выходные дни**, чтобы не вызывать вопросы, чем занят политик в рабочее время.



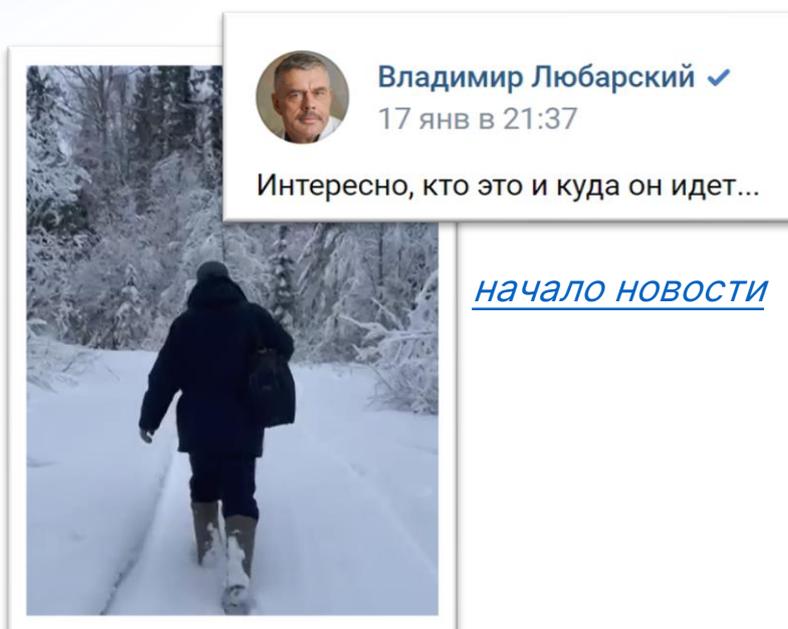
*Глава Калуги **Дмитрий Денисов** на своей странице [ищет хозяев для питомцев местного приюта](#). Публикации можно найти под хэштегом **#ИщемДомВместе***



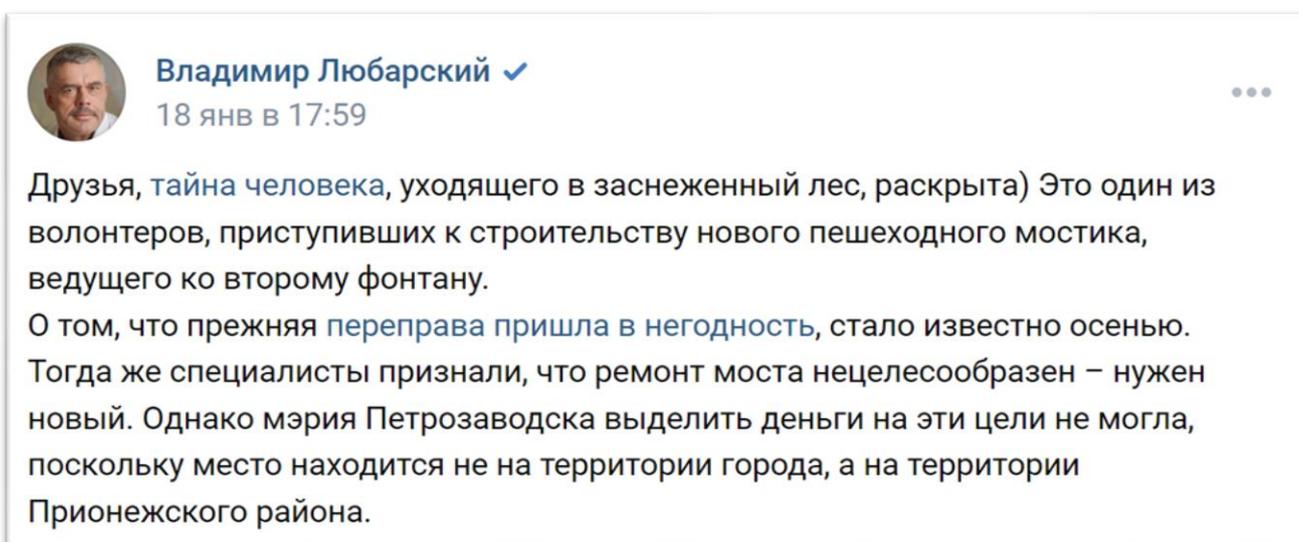
Тренд 3. Юмор и самоирония

Члены ЭС советуют **осторожно относиться к юмору**: шутки хорошо работают на формирование образа, но они **не должны переходить границ дозволенного** и оскорблять собеседника.

Яркий пример политика, который не боится шутить, – Владимир Любарский, глава Петрозаводска. Для жителей города уже стали привычными остроумные ответы градоначальника, иногда в стихах, необычные подводки к новостям:



[продолжение](#)

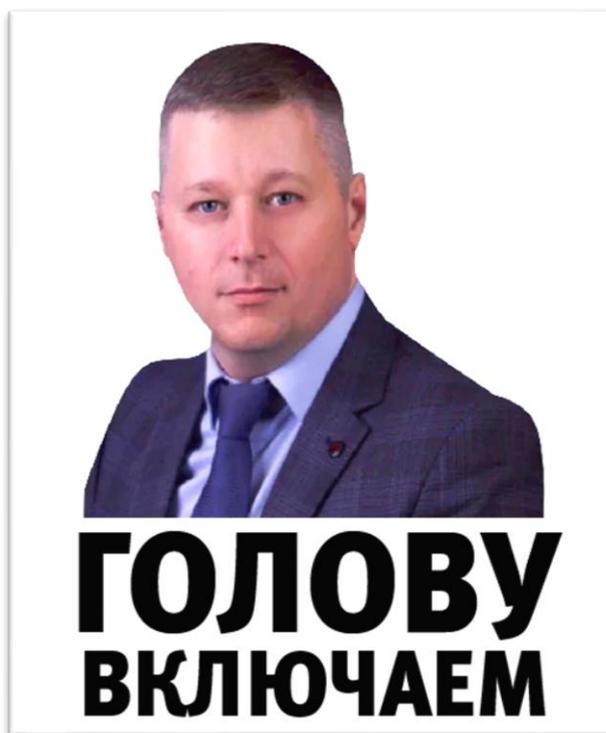
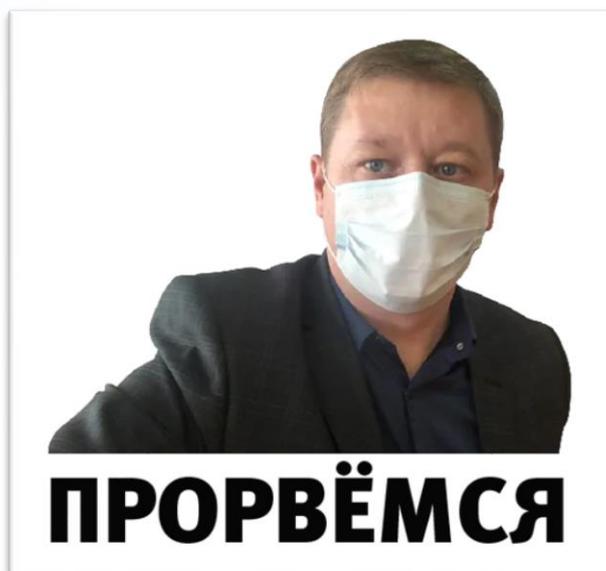


ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ И ТРЕНДЫ СОЦИЛЬНЫХ СЕТЕЙ

D

Повышению узнаваемости помогает и **самоирония**, например, в виде **стикеров с самыми яркими и уже ставшими народными высказываниями** политика.

*У главы Целинного муниципального округа Курганской области **Александра Сытова** есть [собственный стикерпак](#)*



Тренд 4. Голосования

По данным [Livedune](#), по сравнению с текстовыми и визуальными форматами контента голосования **получают больше всего комментариев под публикациями**. Однако применительно к политике встает вопрос, насколько их результаты репрезентативны для принятия управленческих решений, ведь в соцсетях представлены не все жители территории, а также есть риск накруток. Кроме того, как определить круг вопросов, которые можно решить с помощью голосований? Члены ЭС пришли к мнению, что к таким вопросам относятся **благоустройство и праздничные мероприятия**.

Опросы — [часто встречающийся формат контента у Олега Имамеева, мэра Благовещенска](#):

Имамеев LIVE

Что же художники изобразят на этих шкафах?

Анонимный опрос

- 1. Литературный Благовещенск
- 2. Городские истории/ история места
- 3. Галерея амурских художников

2030 голосов

👍 29 ❤️ 1 👁️ 21K 8:49



Друзья, и о хорошем) к юбилею Благовещенска мы украсили город двумя муралами, прославляющими наших знаменитых земляков. Есть идея продолжить эту тему. И помимо больших муралов на фасадах оформить технические шкафы одного из провайдеров.

Скучные однотонные шкафы в центральной исторической части города могут стать настоящими арт-объектами. Осталось выбрать тему. С коллегами много осуждали и остановились на трёх вариантах: портреты амурских писателей, стилизованные городские истории или репродукции наших амурских художников.

Поэтому предлагаю всем вам присоединиться и вместе решить, что же художники изобразят на этих шкафах.

Мини-опрос ниже 🙌

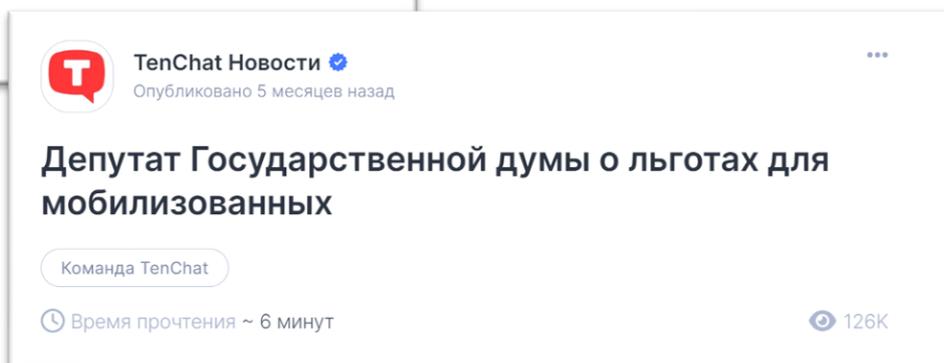
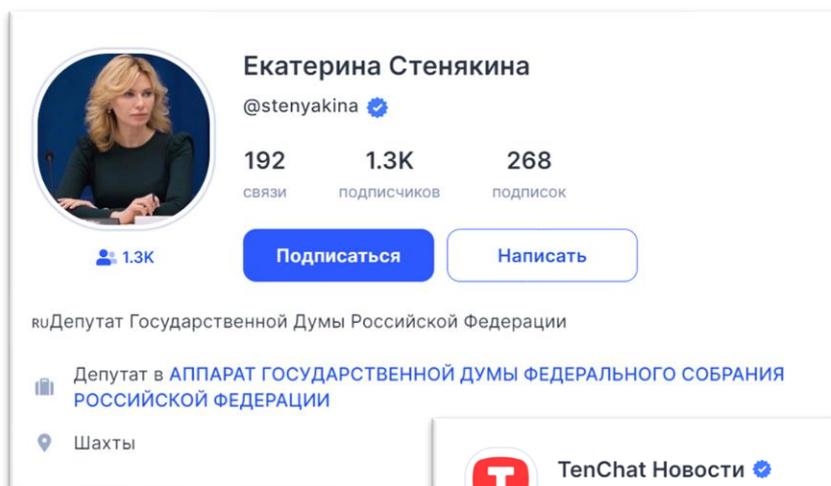
👍 53 ❤️ 1

👁️ 10.5K изменено 8:49

Тренд 5. Новые площадки

С уходом иностранных соцсетей для российских политиков остро встала проблема, где искать свою аудиторию. Некоторые политики, как, например депутат Государственной Думы **Екатерина Стенякина**, пошли дальше знакомых всем «ВКонтакте», «Одноклассников», «Телеграма» и стали экспериментировать с новыми площадками.

Так, Екатерина стала первым политиком [в TenChatе](#). Администрация соцсети рада известным пользователям: депутат получила галочку верификации, ее страница вошла [в подборку авторов недели](#), а также ее [комментарии по самым актуальным темам](#) появляются на официальной странице соцсети.



РИСКИ ПОЛИТИКА В ИНТЕРНЕТЕ

В рамках Экспертного совета рискам было посвящено несколько блоков.

Юлия Тян, начальник управления мониторинга и медиааналитики, и **Артем Манукян**, руководитель направления «Политики новой волны», в своем выступлении рассказали об **опыте работы «Диалога» с информационными рисками.**

Далее в формате интерактивной работы в группах участники **выявляли новые и наиболее актуальные риски** с учетом текущей общественно-политической повестки.



Рискам политиков в интернете в рамках Экспертного совета было уделено особое внимание. Ведь одна неудачная публикация или высказывание могут перечеркнуть многолетние усилия по выстраиванию репутации политика и налаживанию системы коммуникации с жителями.



АРТЕМ МАНУКЯН

Руководитель направления
«Политики новой волны»
АНО «Диалог Регионы»

При обучении госслужащих и политиков мы делаем акцент на 4-х наиболее частых и острых репутационных рисках:

- демонстративное потребление
- неуместные шутки
- «скелеты в шкафу» - частная сторона жизни, которая может выставить политика в негативном свете
- проявление неуважения к людям

БЕЗДЕЙСТВИЕ, ОТСУТСТВИЕ РЕАКЦИИ НА КРИТИЧЕСКУЮ СИТУАЦИЮ

В условиях СВО и напряженной геополитической обстановки вокруг любых чрезвычайных происшествий сразу же образуется множество домыслов, может возникнуть паника при отсутствии официальной позиции.

ФЕЙКИ, ПРОВОКАЦИИ, ВЫРВАННЫЕ ИЗ КОНТЕКСТА ФРАЗЫ

Общее количество фейковой информации, которая распространяется в сети, в 2022 году выросло в шесть раз по данным нашей фактчекинговой платформы «Лапша медиа».

ПОВЕДЕНИЕ ЧЛЕНОВ СЕМЬИ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩЕЕ РИТОРИКЕ ПОЛИТИКА

Например, политик активно выступает за патриотическое воспитание молодежи, а его дети при этом регулярно отдыхают за границей. В условиях СВО такие истории воспринимаются особенно остро.

НЕСПОСОБНОСТЬ ДАТЬ ОТВЕТ, ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ НЕДОСТОВЕРНЫХ ДАННЫХ

Новые форматы общения заставляют политиков быстрее реагировать на обращения жителей: ответ на комментарий в соцсетях аудитория хочет получить в течение нескольких часов, а не 30 дней. В прямом эфире времени на обдумывание ответа нет совсем, и просто проигнорировать вопрос уже не получится.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЦЕНЗУРНЫХ ВЫРАЖЕНИЙ

Хотя более половины россиян используют в своей устной речи мат, 71% населения положительно относится к запрету мата в соцсетях. Тем более, защита русского языка сейчас в особом фокусе внимания федеральных органов власти.

ОТРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННЫХ РИСКОВ

D

Профилактика информационных рисков – лучший способ защиты от них. Но если риск всё-таки случился, важно **грамотного его отработать**:

1. Не принимать **необдуманных эмоциональных решений**
2. Оперативно **собрать всю имеющуюся информацию** и составить картину произошедшего
3. Выработать **стратегию реагирования**
4. Начать **действовать** — чем быстрее, тем лучше
5. Вести мониторинг и **анализировать развитие ситуации**
6. Корректировать стратегию при необходимости

80% успеха отработки информационного риска зависит **от публичного лица**.

Ключевую роль играет **скорость реакции**, также на результат влияет выбор образа политика для действия в кризис и содержание реакции



**ЮЛИЯ
ТЯН**

Начальник управления мониторинга
и медиааналитики АНО «Диалог»

СЕКРЕТЫ УСПЕХА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

В ходе панельной дискуссии своими секретами успеха в социальных сетях поделились региональные политики:

- Мэр города Дивногорска Красноярского края
Сергей Егоров
- Глава Менделеевского района Республики Татарстан
Радмир Беляев
- Глава Кардымовского района Смоленской области
Олег Смоляков
- Депутат Законодательного Собрания Вологодской области
Антон Холодов

Представляем вам их рекомендации, которые помогут эффективно выстроить коммуникацию в социальных сетях.



Среди рекомендаций политиков есть советы по содержанию и формату контента, а также технологические приемы, позволяющие грамотно выстроить работу.

ТОП-10 секретов успеха политиков в социальных сетях:

1. Открытость
2. Человечность
3. Вовлеченность в события, происходящие на территории региона/муниципалитета
4. Учет актуальных тем и обязательная реакция на них
5. Демонстрация реальных результатов работы
6. Сочетание рабочего и личного на странице
7. Акцент на короткие видео
8. Создание комьюнити в социальных сетях, активная работа по увеличению числа подписчиков
9. Персональная коммуникация, отслеживание истории общения с каждым человеком
10. Систематизация работы в онлайн и офлайн с использованием CRM-систем

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Команда «Диалога» выражает благодарность всем участникам Экспертного совета.

Надеемся, что представленные рекомендации и практики помогут вам повысить эффективность работы в социальных сетях.

Еще больше полезной информации можно найти в нашем Телеграм-канале БРЕНД ПОЛИТИКА:

https://t.me/brand_politics



СОЦСЕТИ ДЛЯ ПОЛИТИКА: ИНСТРУКЦИЯ ПО ПРИМЕНЕНИЮ

Гайд по итогам Экспертного совета
«Политики новой волны»



ДИАЛОГ
ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ