



3/2020 (июнь)

© Доржиева А.Б., Санжиева Д.Д.

**АНАЛИЗ ОФИЦИАЛЬНОГО ИНТЕРНЕТ - САЙТА И АККАУНТОВ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ РЕСПУБЛИКИ БУРЯТИЯ, ОКАЗЫВАЮЩИХ
ВЛИЯНИЕ НА ИМИДЖ РЕГИОНА**

Аннотация. В работе представлены результаты анализа официального интернет – сайта и аккаунтов в социальных сетях Республики Бурятия, оказывающих влияние на имидж региона, определены критерии оценки анализа, рассмотрена необходимость эффективного использования возможностей социальных сетей в реализации стратегических целей для формирования положительного имиджа региона

Ключевые слова: интернет – сайт; социальные сети; критерии оценки; инструменты формирования положительного имиджа региона.

© Dorzhieva A.B., Sanzhieva D.D.

**ANALYSIS OF THE OFFICIAL WEBSITE AND SOCIAL NETWORK
ACCOUNTS OF THE REPUBLIC OF BURYATIA THAT INFLUENCE THE
IMAGE OF THE REGION**

Annotation. The paper presents the results of the analysis of the official website and social network accounts of the Republic of Buryatia that affect the image of the region, defines the criteria for evaluating the analysis, and considers the need to effectively use the capabilities of social networks in the implementation of strategic goals for the formation of a positive image of the region

Keyword: Internet site; social networks; evaluation criteria; tools for creating a positive image of the region.



ИЗВЕСТИЯ ИНСТИТУТА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ Бурятского государственного университета

Использование современных интернет-технологий существенно расширяет возможности государственного аппарата по взаимодействию с населением, а также формированию активной гражданской позиции подрастающего поколения и положительного имиджа нашей страны в глазах всего мира [1].

Первым шагом на пути построения виртуального образа территориального субъекта стало создание официальных онлайн-представительств регионов. Благодаря реализации Федеральной целевой программы «Электронная Россия» и созданию «электронного правительства» с 2010 года все субъекты Российской Федерации, города и муниципальные образования имеют свои официальные сайты [3].

Современный сайт выполняет три основные функции: информационную, коммуникационную и презентационную.

В соответствии с этими функциями, проведем анализ официального сайта Республики Бурятия, служащей также инструментом формирования имиджа региона. Официальный интернет - портал Республики Бурятия (<https://egov-buryatia.ru/>)

По данным ежегодного аудита (исследования) проектного центра «Инфометр», посвященное открытости государственных сайтов с учетом их интерфейса, составлен рейтинг открытости региональных властей России за 2019 год, где Правительство Республики Бурятия занимает 70 место, показатель открытости - 39,3%, оценка интерфейса – 0 (рис.1)[2].

Средний по России показатель открытости региональных властей - 57%.

После первичной оценки эксперты Инфометра посредством направления официальных обращений предложили всем органам власти свои рекомендации, какую информацию необходимо разместить на их сайтах. Недостатки могли быть исправлены в течение двух недель. Правительство Республики Бурятия не проявило активность и не исправило недостатки.



Рисунок 1. Карта открытости региональных властей России за 2019 год

Определим критерии оценки официального интернет - сайта представительства республики.

1. Информационные критерии: количество/качество/структура информации на сайте; наличие разделов сайта для разных групп общественности (местных жителей, инвесторов, туристов и СМИ) с информацией, соответствующей интересам и потребностям групп общественности; доступность получения необходимой информации и услуги; контактная информация; наличие иностранной версии сайта; использования гиперссылок на дополнительные информационные ресурсы.

2. Коммуникационные критерии: возможности для обратной связи (формы для отправки писем, опросы); возможность оценить работу органа власти; применение ссылок на социальные сети.

3. Презентационные критерии: дизайн (стилистическая целостность всех страниц сайта, оформление); удобство навигации.



ИЗВЕСТИЯ
ИНСТИТУТА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ
Бурятского государственного университета

Проведем оценку сайта в соответствии с вышеописанными критериями (табл.1).

Таблица 1. Анализ официального интернет – портала Правительства Республики Бурятия

	Критерии оценки	Официальный интернет - портал Республики Бурятия (https://egov-buryatia.ru/)
Информационные	Количество/качество/структура информации на сайте	Информация структурирована по разделам и рубрикам, но количество информации профилирует над качеством.
	Наличие разделов сайта для разных групп общественности (местных жителей, инвесторов, туристов и СМИ) с информацией, соответствующей интересам и потребностям групп общественности;	Есть разделы сайта для разных групп, но они плохо продуманы для посетителей, не всегда понятно на какую группу они направлены
	Доступность получения необходимой информации и услуги	Возникает сложность в получении необходимой информации и услуги, хотя присутствует функция «поиск по сайту», есть версия для слабовидящих.
	Контактная информация	Присутствует номера телефонов и адреса электронной почты исполнительных органов государственной власти РБ
	Наличие иностранной версии сайта	Есть версия сайта на английском и национальном (бурятском) языках. При переходе на англоязычную версию возникает не точная копия главной страницы.
	Использования гиперссылок на дополнительные информационные ресурсы	Присутствуют активные ссылки
	Возможности для обратной связи (формы для отправки писем, опросы)	Обратная связь только посредством отправки письма на указанную почту, присутствует



ИЗВЕСТИЯ
ИНСТИТУТА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ
Бурятского государственного университета

		электронная приемная, нет опросов и обсуждений с гражданами
	Возможность оценить работу органа власти	Нет возможности
	Применение ссылок на социальные сети	Присутствуют активные ссылки
Презентационные	Дизайн (стилистическая целостность всех страниц сайта, оформление)	Внешний вид сайта оформлен в основном в светлых тонах, шапка сайта оформлена в тонах российского флага. В целом сайт сделан слишком просто, хотя и есть элементы стилистической целостности. Нет четкой визуальной границы на главной странице, сложно в восприятии.
	Удобство навигации	Навигация по сайту сделана не совсем удобна.

По нашему мнению, официальный сайт Правительства Республики Бурятия не продуман для посетителей и в качестве основного канала информирования является не эффективным. Возникают сложности в получении необходимой информации или услуги. Система обратной связи слабая, нет возможности оценить работу органов исполнительной власти региона. Также возникает сложность в визуальном восприятии и навигации по сайту.

Подводя итог можно сделать вывод, что функционирование официального сайта Правительства Республики Бурятия в таком виде как сейчас недостаточна для формирования положительного имиджа региона, необходима комплексная работа по улучшению интерфейса и стилистической целостности всего сайта.

В настоящее время имидж Республики Бурятия формируется популярными и динамично развивающимися социальными сетями.

Официальные аккаунты Правительства Республики Бурятия присутствуют в сетях Instagram, Вконтакте, Facebook, YouTube и Одноклассниках (табл.2).



ИЗВЕСТИЯ ИНСТИТУТА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ Бурятского государственного университета

Как мы видим по количеству подписчиков все больше возрастает популярность социальной сети Instagram для аудитории Бурятии, поэтому для подробного анализа выбрана данная социальная сеть.

Таблица 2. Количество подписчиков в официальных аккаунтах
Правительства Республики Бурятия в социальных сетях
(по состоянию на 19.05.2020 г.)

Социальные сети	Официальный аккаунт Правительства Республики Бурятия	Количество подписчиков
Instagram	instagram.com/buryatiaofficial/	14 700
Вконтакте	vk.com/buryatiaofficial	13 865
Facebook	facebook.com/buryatiaofficial/	4 067
Одноклассники	https://ok.ru/buryatiaofficial	13 969
YouTube	https://www.youtube.com/channel/UC9soLdNy5HG_QdmlbfNPILw	467

При оценке официального аккаунта Правительства Республики Бурятия и его роли в формировании имиджа региона будем руководствоваться следующими критериями:

1. Оформление страницы (никнейм, логотип, шапка профиля, актуальные сторис, стиль, графические элементы).
2. Контент (регулярность публикации, тематика постов, качество и актуальность фото, видео, сторис, какие форматы и виды контента используются, активности).
3. Коммуникация (Общение в личных сообщениях, общение в комментариях, скорость ответа, тональность коммуникации).

По нашему мнению, официальный аккаунт Правительства Республики Бурятия в социальной сети Instagram достаточно хорошо оформлен и продуман, актуальная информация по всем направлениям деятельности публикуется регулярно. Но коммуникация с активной аудиторией выстроена на слабом



ИЗВЕСТИЯ
ИНСТИТУТА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ
Бурятского государственного университета

уровне, комментарии и вопросы в основном остаются без ответа. Нет взаимодействия с аудиторией, стоит внести интерактивы либо в сторис, либо в публикации для их активизации (табл. 3).

Таблица 3. Анализ официального аккаунта Правительства Республики Бурятия в социальной сети Instagram.

Критерии оценки		@buriatiaofficial
Оформление страницы	Никнейм	По названию можно легко найти профиль, указан регион
	Логотип	Соответствует единому стилю страницы
	Шапка профиля	По шапке профиля сразу понятно, что это официальная страница Правительства РБ. Возможно добавить уникальный хэштэг, чтобы по нему новый трафик мог отследить, что говорит население, предприниматели, лидеры мнений. Шапку профиля можно менять ситуативно, поэтому можно указывать крупное или ожидаемое региональное мероприятие и оставлять активную ссылку на него.
	Актуальные сторис	Присутствуют, но требуют доработки по рубрикам
	Стиль	Единый стиль в сине-белой расцветке с использованием герба РБ
	Графические элементы	Присутствуют, хорошо и понятно оформлены публикации
Контент	Регулярность публикации	2-3 публикации в день
	Тематика постов	Актуальная информация по всем направлениям деятельности Правительства Республики Бурятия
	Качество и актуальность фото, видео, сторис	Новые фото и видео высокого качества
	Форматы контента	Фото, тесты, сторис, видео, IGTV, прямые эфиры
	Виды контента	Информационный, имиджевый, новостной
	Активности	Отсутствуют, стоит внести интерактивы либо в сторис, либо в публикации для их активизации

Коммуникация	Общение в комментариях	Возможность комментировать на многих постах отключена
	Скорость ответа	Комментарии и вопросы в основном остаются без ответа
	Тональность коммуникации	Официальная

По результатам анализа официального интернет сайта и аккаунтов в социальных сетях Правительства Республики Бурятия можем сделать следующие выводы:

1. Для построения внутреннего положительного имиджа важную роль играет доступность информации и возможность получить необходимую услугу на официальных сайтах прежде всего для жителей самого региона, поэтому необходимо качественно разработать сайт опираясь на основные требования обеспечения удобства, можно также просмотреть официальные сайты представительств других регионов, которые занимают лидирующие позиции в рейтинге проектного центра «Инфометр», выделить положительные разработки и внедрить у себя.

2. Учитывая современные тенденции, основная часть населения предпочитает получать информацию из социальных сетей нежели с сайтов. Более взрослая же часть населения, по нашему мнению, в принципе не будет пользоваться официальным сайтом представительств региона для получения информации, поэтому необходимо целенаправленно формировать имидж региона через социальные сети.

3. Наблюдается тренд повышения аудитории Бурятии в социальной сети Instagram, что обуславливается открытием все новых аккаунтов, посвященным разным тематикам, отраслям региона, быстрым ростом их популярности и активности аудитории в них. Во всем мире Instagram набирает обороты, а российская аудитория стремительно расширяется. Данный факт можно эффективно использовать, чтобы транслировать свои преимущества.



ИЗВЕСТИЯ
ИНСТИТУТА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ
Бурятского государственного университета

Таким образом, необходимо эффективно использовать возможности социальных сетей в реализации стратегических целей для формирования положительного имиджа региона.



СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Подобед Д.А., Катькало А.О., Боброва Д.А. / Пресс-служба. Связи с общественностью в органах власти: уч. пособие / ФГБОУ ВО РГУПС. – Ростов н/Д, 2016. – 139с.
2. Доклад по итогам ежегодного аудита «Открытость региональных органов исполнительной власти в России – 2019» проектного центра «Инфометр»
3. Ондар Долгармаа Александровна, Анализ интернет ресурсов и социальных сетей Республики Тыва, оказывающих влияние на имидж региона // Международный научный журнал «Молодой ученый» №22 (260) / 2019 URL: // <https://moluch.ru/archive/260/59731/> (дата обращения: 18.05.2020)

*Доржиева Арюна Буянтуевна – студентка 2 курса магистратуры ИЭУ ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет им. Д. Банзарова», 670000, Россия, Республика Бурятия, г. Улан – Удэ, ул. Смолина, 24а
email: badmaeva.aryuna2811@gmail.com*

Научный руководитель: Санжиева Д. Д. – старший преподаватель, к.э.н., ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет им. Д. Банзарова», 670000, Россия, Республика Бурятия, г. Улан – Удэ, ул. Смолина, 24а