



РЕЙТИНГ ГУБЕРНАТОРОВ ПО ДОВЕРИЮ АУДИТОРИИ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Москва, ноябрь 2021



Авторы проекта



ПАВЕЛ ДАНИЛИН

директор Центра политического
анализа и социальных
исследований

 **danilin.pavel.50**



КОНСТАНТИН ЛИСТРАТОВ

директор Центра общественно-политических
проектов, доцент Финансового университета при
Правительстве РФ, кандидат политических наук

 **klistratov**

Актуальность исследования

Жаркая дискуссия вокруг введения QR-кодов в регионах остро ставит ряд вопросов, в частности:

01. Насколько эффективны губернаторы в прямых коммуникациях с населением?

02. Умеют ли они работать со сложными темами?

03. Могут ли губернаторы общаться с недовольными гражданами напрямую в социальных сетях?

Немало российских губернаторов работают в соцсетях в большей степени формально, полагаясь в основном на традиционные СМИ. Объективно сегодня от главы региона требуется быть не просто успешным управленцем, но и эффективным коммуникатором. От этого зависит его легитимность и, как следствие, политическая устойчивость.

Именно этим обусловлена актуальность исследования. Мы решили провести комплексный аудит и выяснить как губернаторы работают с общественным мнением в социальных сетях и как это влияет на восприятие глав субъектами населения.

Описание рейтинга

Мы представляем первый в своём роде рейтинг губернаторов, который полностью основан на анализе объективных данных. Помимо социологического опроса, наши эксперты провели комплексный анализ персональных аккаунтов губернаторов в социальных сетях и оценили реакции пользователей. В центре нашего внимания — доверие к власти, ключевой показатель оценки эффективности работы губернаторов. В рейтинге фигурируют 20 глав российских регионов, наиболее успешных в социальных медиа. Рейтинг показывает, как успешная работа губернаторов в социальных сетях влияет на восприятие глав субъектов населением.

Рейтинг составлен на основе:

1

Количественного анализа аудитории соцсетей и пользовательских реакций на публикации в официальных аккаунтах глав субъектов РФ в социальных сетях

(октябрь 2021 г.)

2

Контент-анализа данных аккаунтов

(за период с 01.07 по 30.09.2021 г.)

3

Количественного соцопроса

(октябрь 2021 г.)

Период проведения исследования: октябрь–ноябрь 2021 г.

Новизна методики исследования

Методика основана на анализе объективных данных:

- 01.** Проведен количественный анализ персональных аккаунтов всех глав субъектов РФ в соцсетях, выделены ТОП-20 самых эффективных в соцмедиа губернаторов (лидирующих по лучшему соотношению количества реакций к количеству пользователей соцсетей в регионе).
- 02.** Проведен социологический опрос 11 600 респондентов в 20 регионах.
- 03.** Осуществлен контент-анализ официальных аккаунтов 20 глав субъектов РФ.

Методика носит комплексный характер:

- 01.** Исследуется как информационная политика губернаторов в социальных сетях, так и ее восприятие населением.
- 02.** Задействованы 5 методов сбора и анализа данных (экспертные интервью, количественный анализ аккаунтов, контент-анализ аккаунтов, количественный соцопрос, рейтингование).
- 03.** Рейтинг эффективности в социальных сетях основан на оценках глав регионов по 7 категориям:
 - Доверие к власти
 - Социальная ориентированность и развитие человеческого капитала
 - Политический менеджмент (качество управления политической ситуацией в регионе)
 - Здоровоохранение и борьба с пандемией коронавируса
 - Цифровизация
 - Экономическое развитие
 - Инфраструктура и среда обитания

Основные параметры исследования

Цель исследования — выяснить, как активность глав субъектов РФ в социальных медиа влияет на восприятие управленческой эффективности руководителей населением «их» регионов. Результатом исследования являются управленческие рейтинги глав субъектов РФ.

Объект исследования:

- 01.** Общественное мнение населения российских регионов.
- 02.** Официальные аккаунты глав субъектов РФ.

Исследуемый период:
с 01.07 по 30.09.2021 года.

- Квартал обеспечивает репрезентативную картину информационной активности.
- 3-й квартал 2021 года — период, когда у власти находились те же главы регионов, что и сейчас (за исключением 2 человек, которые покинули посты губернаторов после выборов в Госдуму).

Период проведения исследования:
октябрь–ноябрь 2021 года.

Задачи исследования:

- 01.** Определение исчерпывающего набора релевантных критериев для оценки управленческой эффективности глав субъектов РФ.
- 02.** Определение ТОП-20 глав регионов, наиболее активных в социальных медиа.
- 03.** Анализ общественного мнения жителей субъектов РФ об управленческой эффективности глав субъектов РФ «их» регионов.
- 04.** Анализ содержания информационной активности глав субъектов РФ в социальных медиа (на основе их официальных аккаунтов).
- 05.** Определение сводных управленческих рейтингов глав регионов на основе их активности в социальных медиа.

Главный вывод исследования

Доверие к власти в регионе напрямую зависит от качества ведения социальных сетей губернаторов.

Высокий уровень одобрения деятельности федеральной и региональной власти, а также отсутствие коррупции в числе ключевых воспринимаемых проблем в регионе позволяют говорить о высоком уровне доверия к губернатору.

1. Доверие к власти — важнейший критерий оценки эффективности работы главы субъекта РФ. Согласно экспертному опросу, доверие к власти имеет самый высокий вес среди критериев оценки губернаторов (4,1 балла из 5).

2. Лидером рейтинга по критерию «Доверие к власти» является губернатор ЯНАО Дмитрий Артюхов.

Позиция в рейтинге	Рейтинг глав регионов по критерию «Доверие к власти»
1	 Дмитрий Артюхов
2	 Михаил Развожаев
3	 Рамзан Кадыров

Этапы исследования

Этап 1

Метод — экспертный опрос.

Результат — критерии оценки эффективности глав субъектов РФ.

Этап 2

Метод — анализ аккаунтов глав субъектов РФ в социальных сетях.

Результат — ТОП-20 глав регионов, наиболее активных в социальных медиа.

Этап 3

Метод — количественный онлайн-опрос.

Результат — ТОП-20 наиболее эффективных глав субъектов РФ с точки зрения населения регионов.

Этап 4

Метод — контент-анализ аккаунтов глав субъектов РФ в социальных сетях.

Результат — ТОП-20 глав субъектов РФ по качеству информационной политики в социальных медиа.

Этап 5

Метод — рейтингование.

Результат — рейтинги эффективности глав регионов на основе их активности в социальных медиа.

ТОП-20 наиболее активных губернаторов в социальных медиа

№	ВДЛ	Субъект РФ
1	Кадыров Рамзан	Чеченская Республика
2	Копин Роман	Чукотский АО
3	Ведерников Михаил	Псковская область
4	Глеб Никитин	Нижегородская область
5	Артюхов Дмитрий	Ямало-Ненецкий АО
6	Алиханов Антон	Калининградская область
7	Кумпилов Мурат	Республика Адыгея
8	Ховалыг Владислав	Республика Тыва
9	Гладков Вячеслав	Белгородская область
10	Солодов Владимир	Камчатский край
11	Василий Орлов	Амурская область
12	Владимиров Владимир	Ставропольский край
13	Азаров Дмитрий	Самарская область
14	Хасиков Бату	Республика Калмыкия
15	Темрезев Рашид	Карачаево-Черкесская Республика
16	Андрей Чибис	Мурманская область
17	Куйвашев Евгений	Свердловская область
18	Бабушкин Игорь	Астраханская область
19	Развожаев Михаил	г. Севастополь
20	Парфенчиков Артур	Республика Карелия

Описание методики определения ТОП-20

Цель – определение ТОП-20 наиболее информационно активных губернаторов в социальных медиа.

Методика — изучение персональных аккаунтов всех глав субъектов РФ в социальных сетях «ВКонтакте», «Фейсбук», «Инстаграм», «Одноклассники».

В качестве основных показателей популярности выделяются реакции (лайки, комментарии, репосты) на страницах ВДЛ субъекта РФ в соцсетях «ВКонтакте», «Фейсбук» и «Инстаграм» за анализируемый период.

Корректное соотношение регионов с разным количеством пользователей социальных сетей достигается за счет введения относительной величины T , вычисляемой как отношение натурального логарифма от интегрального количества реакций в соцсетях к логарифму совокупного количества пользователей соцсетей в данном регионе.

Формула: $T = \ln(\text{реакций}) / \ln(\text{пользователей})$

Предлагаемая методика позволяет корректно сравнивать такие разные регионы, как, например, Ненецкий автономный округ (НАО) и Москва.

Алгоритм исследования

01. Определение суммарной аудитории персональных аккаунтов ВДЛ среди пользователей социальных медиа.

02. Определение объема совокупных реакций (лайки, репосты, комментарии) пользователей социальных медиа в персональных аккаунтах ВДЛ.

03. Вычисление логарифма суммарной аудитории персонального аккаунта ВДЛ.

04. Вычисление логарифма объема совокупных реакций пользователей социальных медиа в персональных аккаунтах ВДЛ.

05. Оценка информационной активности ВДЛ субъектов РФ в социальных медиа.

06. Формирование рейтинга ТОП-20 наиболее информационно активных губернаторов в социальных медиа.

ТОП-20: основные выводы

1.

Используемая модель позволяет сопоставлять по эффективности работы в социальных медиа глав относительно небольших регионов с главами более крупных субъектов РФ.

2.

В небольших регионах информационная политика региональной власти в социальных медиа персонализирована в большей степени, чем в крупных. В небольших субъектах РФ персональные аккаунты ВДЛ в социальных медиа играют более значимую роль в информационной политике. Напротив, в более крупных регионах информационная политика ВДЛ в социальных медиа в основном носит обезличенный характер. Так, власти Москвы и Санкт-Петербурга делают акцент прежде всего на том, что их сообщения исходят от регионального правительства, а не персонально от глав этих субъектов РФ С. Собянина и А. Беглова.

3.

Наибольшую активность в социальных сетях проявляют главы регионов из условной группы «технократы». Именно ВДЛ из данной группы максимально интенсивно используют социальные сети для проведения информационной политики и формирования собственного положительного образа у населения и элит, а также для налаживания обратной связи.

4.

Второй по уровню активности группой ВДЛ в социальных сетях являются главы национальных республик. Проведенный анализ показывает, что для руководителей этих республик социальные медиа выступают ключевым инструментом коммуникации с гражданами их регионов.

РЕЙТИНГ ГУБЕРНАТОРОВ ПО ДОВЕРИЮ АУДИТОРИИ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Позиция в рейтинге	ВДЛ	Субъект РФ	Сводный индекс по контент-анализу (вес - 20%)	Сводный индекс по социологии (вес - 80%)	Интегральный индекс ВДЛ
1	Дмитрий Артюхов	ЯНАО	25,92	71,21	62,16
2	Рамзан Кадыров	Чеченская Республика	7,11	75,5	61,82
3	Михаил Развожаев	Севастополь	16	70,82	59,86
4	Роман Копин	Чукотский АО	9,16	69,28	57,26
5	Вячеслав Гладков	Белгородская область	13,78	66,46	55,92
6	Василий Орлов	Амурская область	26,61	62,28	55,15
7	Мурат Кумпилов	Республика Адыгея	12,46	64,78	54,31
8	Михаил Ведерников	Псковская область	9,38	64,33	53,34
9	Владимир Солодов	Камчатский край	11,31	63,74	53,25
10	Антон Алиханов	Калининградская область	10,35	62,67	52,2
11	Дмитрий Азаров	Самарская область	14,47	61,23	51,87
12	Глеб Никитин	Нижегородская область	10,38	62,12	51,77
13	Артур Парфенчиков	Республика Карелия	10,4	61,39	51,2
14	Игорь Бабушкин	Астраханская область	18,52	59,19	51,06
15	Владимир Владимиров	Ставропольский край	9,42	60,83	50,55
16	Владислав Ховалыг	Республика Тыва	9,55	60,49	50,31
17	Бату Хасиков	Республика Калмыкия	11,13	59,54	49,86
18	Рашид Темрезов	Карачаево-Черкесская Республика	10,22	59,26	49,45
19	Евгений Куйвашев	Свердловская область	13,16	57,51	48,64
20	Андрей Чибис	Мурманская область	8,06	57,23	47,4

ТОП-3 губернаторов по категориям

Доверие к власти

Рейтинг	ВДЛ	Субъект РФ	Индекс
1	Дмитрий Артюхов	ЯНАО	64,98
2	Михаил Развожаев	Севастополь	60,38
3	Рамзан Кадыров	Чеченская Республика	59,8

- Лидер исследования в интегральной категории «Доверие к власти» — губернатор Ямало-Ненецкого округа **Дмитрий Артюхов**.

Социальная ориентированность и развитие человеческого капитала

Рейтинг	ВДЛ	Субъект РФ	Индекс
1	Дмитрий Артюхов	ЯНАО	78,82
2	Дмитрий Азаров	Самарская область	71,43
3	Владимир Солодов	Камчатский край	71,32

- Лидер исследования в интегральной категории «Социальная ориентированность и развитие человеческого капитала» — губернатор Ямало-Ненецкого округа **Дмитрий Артюхов**.

Политический менеджмент

Рейтинг	ВДЛ	Субъект РФ	Индекс
1	Михаил Развожаев	Севастополь	47,17
2	Рамзан Кадыров	Чеченская Республика	47,01
3	Роман Копин	Чукотский АО	36

- Лидер исследования в интегральной категории «Политический менеджмент» — губернатор Севастополя **Михаил Развожаев**.

Экономическое развитие

Рейтинг	ВДЛ	Субъект РФ	Индекс
1	Антон Алиханов	Калининградская область	85,44
2	Роман Копин	Чукотский АО	84,66
3	Дмитрий Артюхов	ЯНАО	84,38

- Лидером исследования в интегральной категории «Экономическое развитие» стал губернатор Калининградской области **Антон Алиханов**.

Инфраструктура и среда обитания

Рейтинг	ВДЛ	Субъект РФ	Индекс
1	Вячеслав Гладков	Белгородская область	82,59
2	Рамзан Кадыров	Чеченская Республика	81,99
3	Михаил Развожаев	Севастополь	81,69

- Лидером исследования в интегральной категории «Инфраструктура и среда обитания» оказался губернатор Белгородской области **Вячеслав Гладков**.

Данные рейтинги отражают:

- уровень внимания глав регионов в социальных медиа к определенным направлениям;
- оценку пользователями социальных сетей из регионов работы глав «своих» субъектов РФ по данным направлениям.

Формула расчета

Позиция в рейтинге определяется интегральным индексом эффективности главы субъекта РФ

$$\text{Интегральный индекс} = \left(\text{Индекс по данным контент-анализа}^1 \times 0,2 \right) + \left(\text{Индекс по данным социологического опроса}^2 \times 0,8 \right)$$

Расчет сделан на примере губернатора ЯНАО Д. Артюхова. (1-е место в рейтинге)

$$\text{Интегральный индекс Дмитрия Артюхова} = (25,92 \times 0,2) + (71,21 \times 0,8) = 62,16$$

1. **Индекс по данным контент-анализа** = (Доверие к власти + (Социальная ориентированность и развитие человеческого потенциала + Политический менеджмент + Здравоохранение и борьба с пандемией + Уровень цифровизации региона + Экономическое развитие + Инфраструктура и среда обитания) / 6) / 2

● Индекс Дмитрия Артюхова (по данным контент-анализа) = $(26,35 + (8,83 + 64,78 + 12,37 + 0 + 4,94 + 62,03) / 6) / 2 = 25,92$

2. **Индекс по данным социологического опроса** = (Доверие к власти + (Социальная ориентированность и развитие человеческого потенциала + Политический менеджмент + Здравоохранение и борьба с пандемией + Уровень цифровизации региона + Экономическое развитие + Инфраструктура и среда обитания) / 6) / 2

● Индекс Дмитрия Артюхова (по данным социологического опроса) = $(74,6 + (82,3 + 37 + 58,7 + 44 + 104,2 + 80,5) / 6) / 2 = 71,21$



Более подробно об использованных формулах и методологии рейтинга можно узнать, перейдя по QR-коду.

Выводы исследования

- 1.** Наиболее важный критерий оценки глав регионов — это уровень доверия к Президенту и губернатору в данном субъекте РФ. Данный критерий носит интегральный характер, тогда как другие критерии целесообразно рассматривать как его составляющие, производные, отражающие определенные аспекты деятельности главы субъекта РФ в регионе.
- 2.** Для адекватной оценки работы глав субъектов РФ необходимо использование модели из нескольких обобщенных критериев, сопоставимых между собой по весу. Эти критерии агрегируют группы однородных, более мелких критериев, которые сильно различаются по весу и значению.
- 3.** ТОП-20 губернаторов по индексу информационной активности в социальных медиа представлен регионами как с относительно небольшой численностью населения (Севастополь, ЯНАО), так и достаточно крупными (Свердловская область, Самарская область). В небольших регионах информационная политика региональной власти в социальных медиа персонализирована в большей степени, чем в крупных. В малых по численности населения субъектах РФ персональные аккаунты ВДЛ в социальных медиа играют более значимую роль в информационной политике. Напротив, в крупных регионах информационная политика ВДЛ в социальных медиа тяготеет к обезличенности.
- 4.** Наибольшей поддержкой населения пользуются две наиболее активные в социальных медиа группы глав субъектов РФ — «технократы» и главы национальных республик. Именно эти два типа глав регионов очень интенсивно используют социальные медиа для эффективной коммуникации с населением и элитами «своих» регионов. При этом «технократы» и главы национальных республик, уделяющие максимальное внимание своему образу в социальных медиа, преобладают и в ТОП-20 губернаторов, составленном на основе социологического опроса. Их повышенная активность в социальных сетях конвертируется в высокие оценки населением данных регионов качества управления «своих» ВДЛ.
- 5.** По мнению опрошенных жителей регионов, в ТОП-3 по управленческой эффективности входят губернатор ЯНАО Д. Артюхов, глава Чеченской Республики Р. Кадыров и губернатор Севастополя М. Развожаев. Необходимо отметить, что лидеры по управленческой эффективности (с точки зрения населения) представлены одновременно в нескольких категориях ТОП-3. Так, Д. Артюхов занимает 1-е место в 3 категориях («Доверие к власти», «Социальная ориентированность», «Экономическое развитие»), а Р. Кадыров присутствует в ТОП-3 во всех 7 категориях сразу.

Выводы исследования

6. Контент-анализ показывает, что большинство глав субъектов РФ из ТОП-20 формируют свою информационную активность в социальных медиа в соответствии с президентскими KPI. В их аккаунтах преобладает контент, связанный с достижением президентских KPI или выполнением задач в рамках национальных проектов. Таким образом, большая часть глав регионов из ТОП-20 ориентирует свою информационную активность в соответствии с критериями оценки эффективности ВДЛ, утвержденными Президентом РФ.
7. Главы субъектов РФ из ТОП-20 интенсивно используют социальные медиа для непосредственной коммуникации с гражданами. В число наиболее востребованных управленческих практик по обеспечению доверия к власти для глав регионов входят прямые линии (включая прямые эфиры в социальных сетях), непосредственные встречи с избирателями (с освещением хода встреч и результатов), вовлечение подписчиков аккаунтов ВДЛ в формирование программы его рабочих поездок и встреч (например, кейс губернатора ЯНАО Дмитрия Артюхова — проект «Честный маршрут»).
8. Активное использование социальных медиа позволяет главам субъектов РФ расширять масштаб обратной связи с населением, повышать эффективность взаимодействия с МСУ и региональной бюрократией. Через свои аккаунты в социальных сетях главы регионов из ТОП-20 широко и оперативно отвечают на запросы граждан, напрямую получают информацию о положении дел, ставят задачи по решению локальных проблем чиновникам и главам МСУ и контролируют их исполнение (например, кейс губернатора Белгородской области Вячеслава Гладкова).

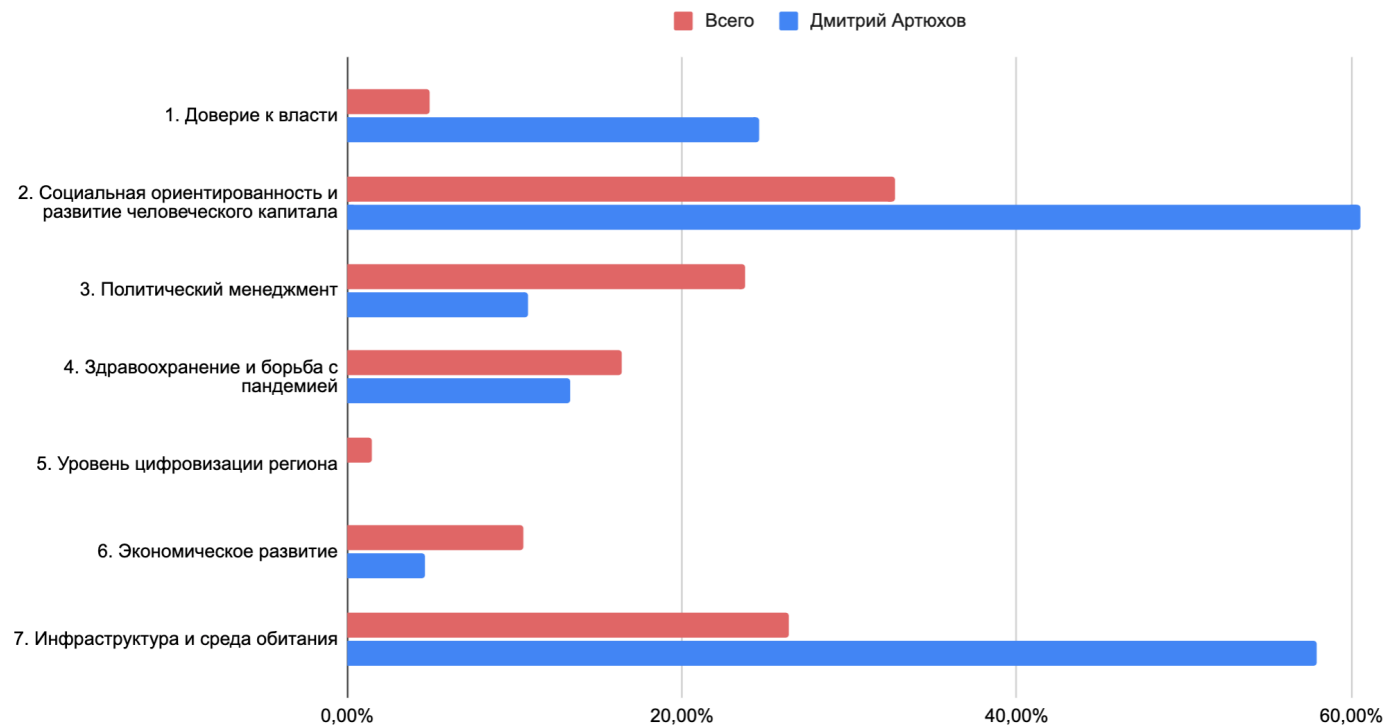
Приложения



Портрет губернатора ЯНАО Дмитрия Артюхова в социальных сетях

Равномерная информационная активность в 3 социальных сетях: «Одноклассники», «ВКонтакте», Instagram

- ok.ru/artukhov.da
- vk.com/artukhov_da
- instagram.com/artukhov_da/





Портрет губернатора ЯНАО Дмитрия Артюхова в социальных сетях

Основные характеристики информационной активности Дмитрия Артюхова (по данным контент-анализа)

- Высокий удельный вес у постов в категории «Доверие к власти» (1-е место в ТОП-20 глав регионов в категории)
- Приоритет тем, относящихся к категории «Социальная ориентированность и развитие человеческого капитала» (1-е место в ТОП-20 глав регионов в категории)
- Большое внимание вопросам из категории «Инфраструктура и среда обитания» (1-е место в ТОП-20 глав регионов в категории)

01. Широкое использование фактов и цифр в публикациях
02. Связка активности губернатора с решением задач, поставленных Президентом России
03. Акцент на успешном продолжении проектов, начатых предшественником Д. Кобылкиным
04. Регулярное использование формата прямых линий с жителями ЯНАО в социальных сетях
05. Освещение в публикациях в социальных сетях вопросов, с которыми жители ЯНАО обращались на прямой линии к Президенту В. Путину
06. Значительная часть публикаций сделана в ходе личного общения губернатора с гражданами во время объезда региона (проект «Честный маршрут»)

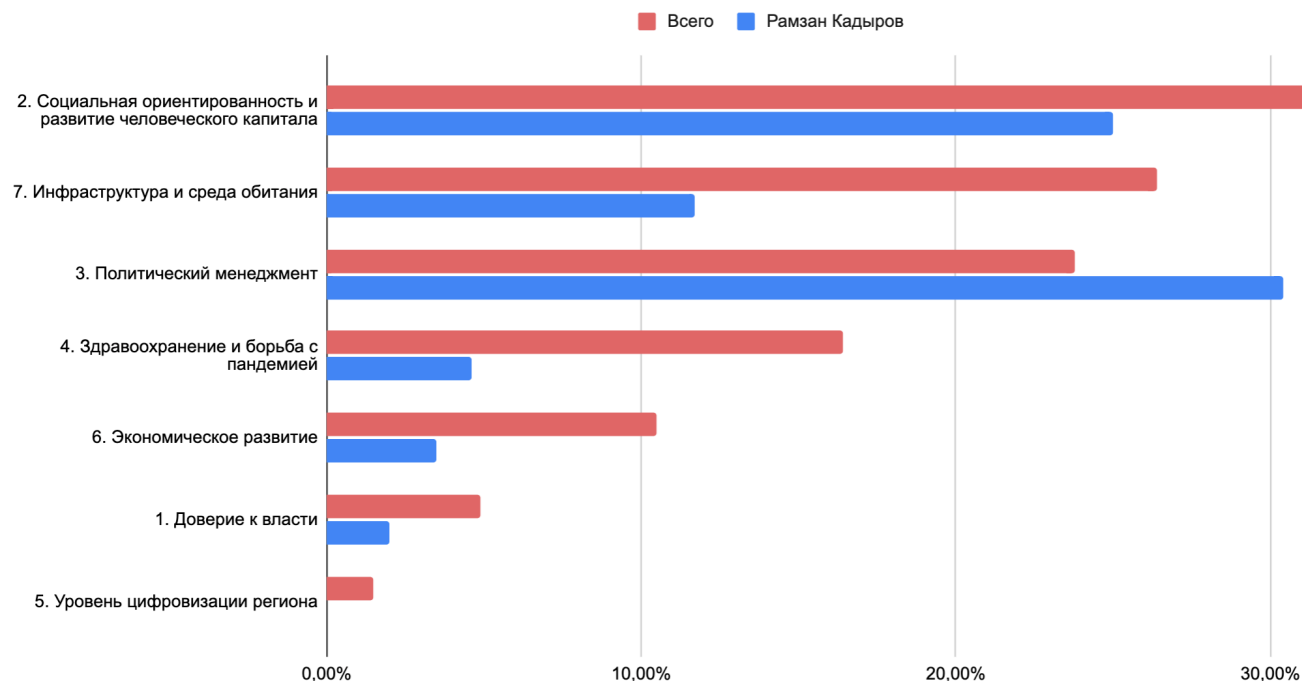


Портрет главы Чеченской Республики Рамзана Кадырова в социальных сетях

1. Информационная активность осуществляется в 2 социальных сетях: «ВКонтакте» и Instagram

- vk.com/ramzan
- instagram.com/ya_pomoshnik_kra_95/

Официальный аккаунт в «Инстаграме»
VisitChechnya — самый известный
аккаунт среди всех официальных
страниц глав субъектов РФ.





Портрет главы Чеченской Республики Рамзана Кадырова в социальных сетях

Основные характеристики информационной активности Р. Кадырова (по данным контент-анализа)

- Наибольшую долю публикаций составляют посты, относящиеся к категории «Политический менеджмент»

- Приоритет тем, относящихся к категории «Социальная ориентированность и развитие человеческого капитала»

- Высокий удельный вес постов в категории «Инфраструктура и среда обитания»

01. Темы контента аккаунтов Р. Кадырова сильно отличаются от содержания социальных сетей большинства глав губернаторов

02. Аккаунт Р. Кадырова в «Инстаграме» — это очень эффективный пример использования главой субъекта РФ социальных сетей для продвижения туристического бренда своего региона

03. Использование «Инстаграма» Р. Кадырова как инструмента внутриэлитной коммуникации и подтверждения элитного статуса: формат поздравлений различных федеральных и региональных деятелей

04. Большое внимание спорту, в том числе единоборствам и ФК «Ахмат»

05. Значительное количество постов о религиозных сюжетах (мусульманские праздники и обряды, религиозные проповеди, открытие новых мечетей)

06. Акцент в аккаунтах Р. Кадырова на теме благотворительности

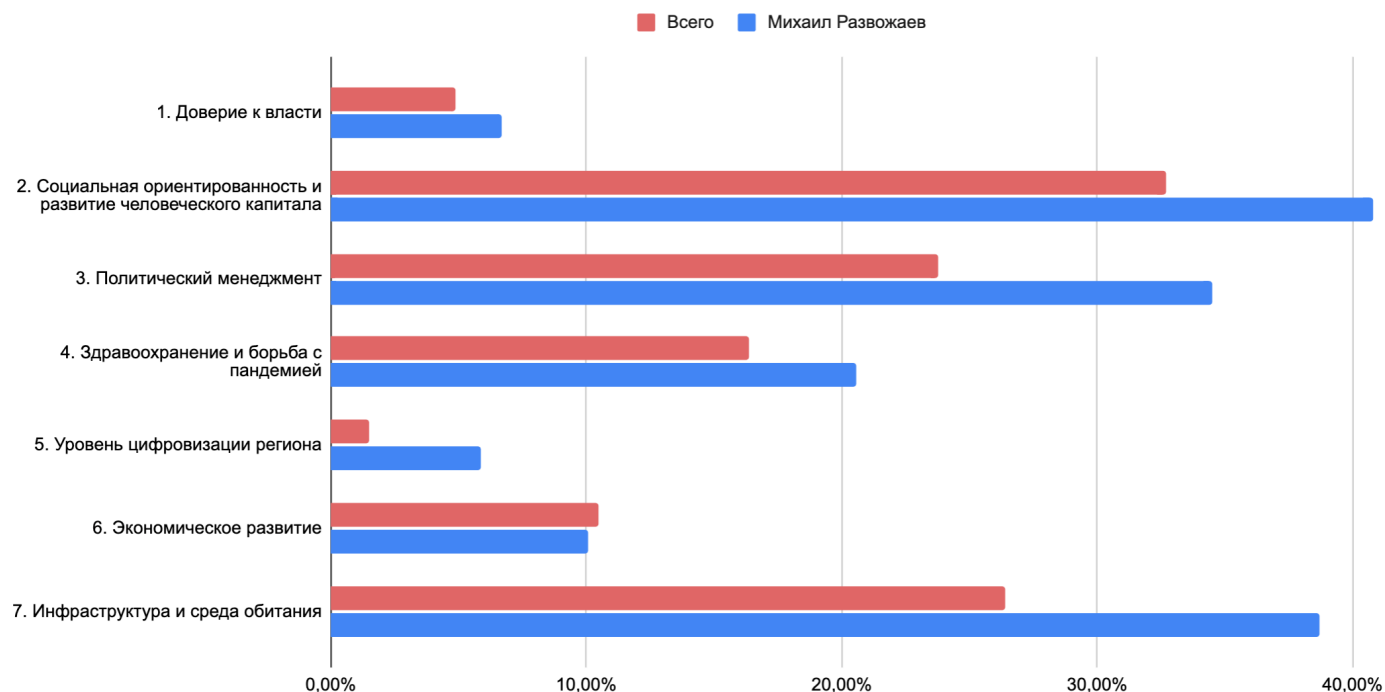


Портрет губернатора Севастополя Михаила Развожаева в социальных сетях

1. Информационная активность ведется в 2 социальных сетях: «ВКонтакте» и Instagram

● vk.com/razvozhaev_m

● instagram.com/razvozhaev.m/





Портрет губернатора Севастополя Михаила Развожаева в социальных сетях

Основные характеристики информационной активности М. Развожаева (по данным контент-анализа)

- Акцент на темах, относящихся к категории «Уровень цифровизации» (1-е место в ТОП-20 глав регионов в категории)
 - Высокий удельный вес у постов, относящихся к категории «Политический менеджмент» (3-е место в ТОП-20 глав регионов в категории)
 - Высокий удельный вес постов в категории «Инфраструктура и среда обитания» (3-е место в ТОП-20 глав регионов в категории)
 - Повышенный удельный вес постов в категориях «Здравоохранение и борьба с пандемией» (4-е место в ТОП-20 глав регионов в категории) и «Доверие к власти» (5-е место в ТОП-20 глав регионов в категории)
 - Пониженный удельный вес публикаций в категории «Экономическое развитие»
01. Содержательно насыщенные публикации, с избытком конкретики
 02. В период избирательной кампании акцент на рабочих поездках губернатора по территориям региона
 03. Позиционирование М. Развожаева как лоббиста интересов Севастополя перед федеральным центром
 04. Большая доля публикаций, связанных с реализацией в Севастополе национальных проектов и ФЦП «Социально-экономическое развитие Республики Крым и города Севастополя до 2025 г.»
 05. На выборах 17–19.09 активное освещение темы дистанционного электронного голосования
 06. Трансляция в социальных сетях еженедельных прямых эфиров губернатора на ТВ
 07. Освещение в аккаунтах губернатора итогов аппаратных совещаний
 08. Нестандартный формат — освещение темы ярких стартапов в официальных аккаунтах губернатора

Этап 1. Экспертный опрос

Обобщённые критерии оценки губернаторов

Итоговые обобщенные категории сформулированы на основе анализа предложений, выдвинутых экспертами в интервью.

Официальные категории оценки ВДЛ включены в состав тех или иных обобщенных категорий оценки ВДЛ.

Итоговые обобщенные категории	Вес категории (согласно экспертной оценке)
Доверие к власти	1,07
Социальная ориентированность и развитие человеческого капитала	1,07
Политический менеджмент (качество управления политической ситуацией в регионе)	0,82
Здравоохранение и борьба с пандемией коронавируса	0,928
Цифровизация	0,971
Экономическое развитие	1,07
Инфраструктура и среда обитания	1,07

Этап 1. Экспертный опрос

Ключевые выводы

01. Эксперты считают неравновесными и официальными, и неформальными критерии оценки ВДЛ субъектов. Например, критерий «Доверие к власти» имеет значение 4,1 балла (из 5), тогда как критерий «Условия для воспитания гармонично развитой и социально ответственной личности» набирает лишь 2,6 балла.

02. Наиболее важный интегральный критерий оценки — уровень доверия в регионе к Президенту РФ и ВДЛ субъекта РФ. Остальные критерии коррелируют с ним, являются своего рода его слагаемыми.

03. Многие эксперты критикуют официальные критерии за недостаточное использование социологической информации. Отмечается, что, за исключением параметра «Доверие к власти», критерии сводятся к ведомственной статистике.

04. Эксперты отмечают, что для понимания реальных критериев оценки работы ВДЛ федеральным центром необходимо:

1. Дополнить используемые критерии оценки ВДЛ.
2. Принимать в расчет качество управления политической ситуацией в регионе со стороны власти субъекта РФ.
3. Дополнительно принимать во внимание результаты борьбы с пандемией коронавируса и состояние системы здравоохранения в данном субъекте РФ.

05. Эксперты полагают, что адекватная оценка работы ВДЛ требует использования нескольких обобщенных критериев, которые агрегируют группы однородных, более мелких критериев.

По мнению опрошенных экспертов:

- обобщенные критерии достаточно точно отражают реальные критерии, которыми руководствуется федеральный центр при оценке ВДЛ;
- обобщенные критерии обладают почти одинаковым весом.

06. Анализ мнений экспертов показал, что при оценке ВДЛ субъектов РФ необходимо:

- 1) Учитывать самостоятельный обобщенный критерий «Цифровизация», который отражает внедрение и использование новых цифровых технологий на уровне субъектов РФ.
- 2) Объединить обобщенные критерии «Социальная ориентированность» и «Развитие человеческого капитала», поскольку критерии, входящие в обе группы, сильно пересекаются между собой.
- 3) Ввести новый обобщенный критерий оценки — «Политический менеджмент». Эта категория охватывает ряд официальных и неофициальных критериев, которые напрямую отражают качество управления политической ситуацией в данном субъекте РФ.

Список опрошенных экспертов

(в рамках этапа 1 «Формирование критериальной модели»)

№	ФИО	Социальный статус
1	Ахременко Андрей Сергеевич	Политолог, профессор факультета социальных наук Департамента политики и управления ВШЭ
2	Балобанов Александр Евгеньевич	Доцент кафедры государственного управления Института общественных наук РАНХиГС
3	Деринг Константин Иванович	Исполнительный директор Проектного офиса развития Арктики (ПОРА)
4	Городецкий Вячеслав Валерьевич	Главный редактор интернет-издания «Арктический обозреватель»
5	Грязнова Юлия Борисовна	Руководитель дирекции стратегии исследований и аналитики АНО «Национальные приоритеты»
6	Журавлев Дмитрий Анатольевич	Директор Института региональных проблем
7	Зубаревич Наталья Васильевна	Профессор кафедры экономической и социальной географии РФ географического факультета МГУ
8	Кынев Александр Владимирович	Политолог, кандидат политических наук
9	Максимов Андрей Николаевич	Председатель комиссии по территориальному развитию и местному самоуправлению Общественной палаты РФ
10	Марголин Андрей Маркович	Проректор РАНХиГС, доктор экономических наук, профессор
11	Мухин Алексей Алексеевич	Директор Центра политической информации
12	Наумов Станислав Александрович	Депутат Госдумы РФ VIII созыва
13	Нечаев Дмитрий Николаевич	Политолог, председатель экспертного совета Института политического анализа и стратегий
14	Орлов Дмитрий Иванович	Политолог, генеральный директор Агентства политических и экономических коммуникаций
15	Родин Кирилл Сергеевич	Директор по работе с органами гос. власти ВЦИОМ
16	Сморчкова Вера Ивановна	Профессор кафедры труда и социальной политики Института государственной службы и управления РАНХиГС, доктор экономических наук
17	Туровский Ростислав Феликсович	Политолог, заведующий лабораторией региональных политических исследований ВШЭ
18	Фирсов Алексей Владимирович	Социолог, основатель центра социального проектирования «Платформа», председатель комитета по социологии РАСО
19	Широков Андрей Вячеславович	Экономист, президент Фонда содействия реализации региональных проектов и программ
20	Ярулин Илдус Файзрахманович	Политолог, директор Института социально-политических технологий и коммуникаций Тихоокеанского государственного университета

Этап 2. Анализ информационной активности ВДЛ в социальных медиа

Определение наиболее информационно активных губернаторов в социальных медиа

№	ВДЛ	Регион РФ	FB	INST	BK	OK	Сумма (регион)	Сумма реакций	Логарифм аудитории	Логарифм реакций	Рейтинг	Рейтинг (баллы)
1	Кадыров Рамзан	Чечня	40600	802300	153000	31000	955300	2981722	13,76978071	14,90801154	1,082661508	100
5	Артюхов Дмитрий	Ямало-Ненецкий АО	32500	242900	224000	90000	556900	795852	13,23014097	13,58716852	1,026985922	94,86
19	Развожаев Михаил	г. Севастополь	29984	208115	275000	52000	483115	245197	13,08800967	12,40981725	0,948182158	87,58

Этап 3. Социологический опрос

Рейтинг губернаторов по результатам социологического опроса

Рейтинг ВДЛ по социологии	ВДЛ	Субъект РФ	Сводный индекс по социологии
1	Рамзан Кадыров	Чеченская Республика	75,5
2	Дмитрий Артюхов	ЯНАО	71,21
3	Михаил Развожаев	Севастополь	70,82
4	Роман Копин	Чукотский АО	69,28
5	Вячеслав Гладков	Белгородская область	66,46
6	Мурат Кумпилов	Республика Адыгея	64,78
7	Михаил Ведерников	Псковская область	64,33
8	Владимир Солодов	Камчатский край	63,74
9	Антон Алиханов	Калининградская область	62,67
10	Василий Орлов	Амурская область	62,28
11	Глеб Никитин	Нижегородская область	62,12
12	Артур Парфенчиков	Республика Карелия	61,39
13	Дмитрий Азаров	Самарская область	61,23
14	Владимир Владимиров	Ставропольский край	60,83
15	Владислав Ховалыг	Республика Тыва	60,49
16	Бату Хасиков	Республика Калмыкия	59,54
17	Рашид Темрезов	Карачаево-Черкесская Республика	59,26
18	Игорь Бабушкин	Астраханская область	59,19
19	Евгений Куйвашев	Свердловская область	57,51
20	Андрей Чибис	Мурманская область	57,23

В рейтинге представлены ТОП-20 глав субъектов РФ, работу которых лучше всего оценивает население «их» регионов.

Этап 3. Социологический опрос

Описание методики

Цель — изучение того, как население субъектов РФ оценивает работу ВДЛ по достижению ими ключевых критериев эффективности.

Количество респондентов — 11 600 человек.

Методика — онлайн-опрос по стандартизированной анкете.

Специфика анкеты: вопросы в ней операционализируют несколько ключевых критериев эффективности деятельности ВДЛ. Ответы респондентов интерпретируются как восприятие населением того, насколько главы их собственных регионов успешны в достижении этих ключевых критериев.

Продолжительность этапа — 10 дней, с 21.10.2021 по 31.10.2021 г.

Алгоритм исследования

- 01.** Респонденты в рамках анкеты опроса оценивают работу главы своего субъекта РФ по 7 категориям.
- 02.** На основе полученных данных рассчитываются индексы управленческой эффективности ВДЛ по 7 категориям.
- 03.** Формируются рейтинги ТОП-3 губернаторов по каждой из 7 категорий.
- 04.** Рассчитывается сводный рейтинг управленческой эффективности ВДЛ на основании данных социологии.

Этап 3. Социологический опрос

Основные выводы

1.

В ТОП-3 по управленческой эффективности, с точки зрения населения, находятся главы таких регионов, как ЯНАО, Чеченская Республика и Севастополь.

Проведенный социологический опрос показал, что выше всего собственных глав регионов оценивают в нескольких субъектах РФ: в ЯНАО, Чеченской Республики, Севастополе, Белгородской области, Чукотском АО, Тыве и Амурской области. Из них безусловными лидерами являются глава Чечни Р. Кадыров, губернатор ЯНАО Д. Артюхов и губернатор Севастополя М. Развожаев.

2.

Как правило, лидеры по управленческой эффективности представлены сразу в нескольких категориях ТОП-3. Например, глава ЯНАО

Д. Артюхов, согласно опросу, лидирует в таких категориях, как «Доверие к власти», «Социальная ориентированность и развитие человеческого капитала», «Экономическое развитие». Руководитель Чукотского АО Р. Копин представлен в трёх категориях: «Политический менеджмент», «Социальная ориентированность и развитие человеческого капитала», «Цифровизация», «Экономическое развитие». Лидер Чеченской Республики Р. Кадыров присутствует в ТОП-3 во всех 7 категориях.

3.

С точки зрения населения, наиболее эффективными управленцами выступают губернаторы из группы «технократов». Проведенный анализ показал, что большинство в ТОП-20 губернаторов, составленном на основе социологического опроса, принадлежит «технократам», которые в целом, по сравнению с другими когортами глав регионов, уделяют максимальное внимание своему позиционированию и образу в социальных медиа.

4.

Второй группой ВДЛ, которую население регионов воспринимает как наиболее эффективных управленцев, выступают руководители ряда национальных республик. Социологический опрос демонстрирует, что значительная доля в ТОП-20 губернаторов приходится на руководителей национальных республик. Их повышенная активность в социальных медиа конвертируется в высокие оценки населением этих регионов качества управления своих ВДЛ.

Этап 4. Контент-анализ

Рейтинг губернаторов по результатам контент-анализа

Рейтинг ВДЛ по контент-анализу	ВДЛ	Субъект РФ	Сводный индекс по контент-анализу
1	Василий Орлов	Амурская область	26,61
2	Дмитрий Артюхов	ЯНАО	25,92
3	Игорь Бабушкин	Астраханская область	18,52
4	Михаил Развожаев	Севастополь	16
5	Дмитрий Азаров	Самарская область	14,47
6	Вячеслав Гладков	Белгородская область	13,78
7	Евгений Куйвашев	Свердловская область	13,16
8	Мурат Кумпилов	Республика Адыгея	12,46
9	Владимир Солодов	Камчатский край	11,31
10	Бату Хасиков	Республика Калмыкия	11,13
11	Артур Парфенчиков	Республика Карелия	10,4
12	Глеб Никитин	Нижегородская область	10,38
13	Антон Алиханов	Калининградская область	10,35
14	Рашид Темрезев	Карачаево-Черкесская Республика	10,22
15	Владислав Ховалыг	Республика Тыва	9,55
16	Владимир Владимиров	Ставропольский край	9,42
17	Михаил Ведерников	Псковская область	9,38
18	Роман Копин	Чукотский АО	9,16
19	Андрей Чибис	Мурманская область	8,06
20	Рамзан Кадыров	Чеченская Республика	7,11

В рейтинге представлены ТОП-20 глав субъектов РФ, ведущих наиболее качественную информационную политику в социальных медиа

Этап 4. Контент-анализ

Описание методики

Цель — анализ тематического содержания и количественных показателей информационной активности в социальных медиа наиболее активных в социальных медиа глав субъектов РФ из числа ТОП-20.

Объект исследования — персональные аккаунты глав субъектов РФ в социальных сетях.

Единица анализа — публикация (пост) в социальных сетях на официальных личных авторизованных аккаунтах ВДЛ из числа ТОП-20 (по результатам этапа 2) либо (в случае их отсутствия) на страницах высшего органа исполнительной власти региона (правительство, администрация).

Продолжительность этапа — 10 дней, с 21.10 по 31.10.2021 г.

Методика — качественно-количественный контент-анализ публикаций в официальных аккаунтах губернаторов в социальных сетях за анализируемый период (предшествующий квартал с 01.07 по 30.09.2021 г.)

Алгоритм исследования

- 01.** Отнесение публикаций в персональных аккаунтах ВДЛ по принадлежности к одной из 7 категорий оценки.
- 02.** Создание профилей информационной активности ВДЛ субъектов РФ.
- 03.** Расчет интегрального индекса информационной активности ВДЛ в социальных медиа (по данным контент-анализа).
- 04.** Формирование рейтингов ТОП-3 по каждой из 7 категорий оценки деятельности ВДЛ субъектов РФ.

Этап 4. Контент-анализ

Основные выводы

1.

Контент-анализ показывает, что большинство ВДЛ из ТОП-20 формируют свою информационную активность в социальных медиа в соответствии с президентскими KPI. Главы регионов, как правило, в социальных медиа ведут сфокусированную работу по отработке критериев оценки эффективности глав регионов, утвержденных Президентом России.

2.

В аккаунтах большинства губернаторов из ТОП-20 преобладает контент, связанный с достижением президентских KPI либо задач в рамках национальных проектов. Национальные проекты, а также изменения в регионе, планируемые или реализованные в регионе благодаря им, — это один из ключевых драйверов активности ВДЛ в социальных медиа. Также в аккаунтах глав регионов из ТОП-20 широко представлен контент, относящийся к реализации региональных программ и проектов развития.

3.

Главными инструментами обеспечения доверия к власти для ВДЛ служат прямые линии и непосредственные встречи с гражданами. Большая часть глав регионов из ТОП-20 (например, Дмитрий Артюхов или Василий Орлов) предпочитает использовать для коммуникации с населением прямые линии (включая прямые эфиры в социальных сетях), а также непосредственные встречи с избирателями (с обязательным освещением итогов). К лучшим практикам можно отнести вовлечение

аудиторий социальных сетей губернаторов в формирование программы его рабочих поездок и встреч (например, кейс губернатора ЯНАО Дмитрия Артюхова — проект «Честный маршрут»).

4.

Прошедшая в 2021 году федеральная избирательная кампания привела к увеличению числа ВДЛ, которые воспроизводят лучшие практики по взаимодействию с населением. Речь идет об освоении главами регионов таких инструментов, как отработка вопросов и предложений из субъекта РФ, поступивших на прямую линию с Президентом, проведение собственных прямых линий в СМИ и социальных сетях, организация прямых эфиров и стримов в официальных аккаунтах ВДЛ с возможностью получать поступающие в режиме реального времени вопросы.

5.

В число ТОП-20 губернаторов входят не только члены «Единой России», но и губернаторы из партий системной оппозиции. Например, одним из лидеров по управленческой эффективности является губернатор Амурской области Василий Орлов, который также баллотировался от партии в Госдуму РФ, но предпочел остаться на посту главы региона. Ключевым фактором для попадания в ТОП-20 губернаторов является не партийная принадлежность, а стремление ВДЛ организовать свою информационную активность в соответствии с президентскими KPI.

Этап 4. Контент-анализ

Основные выводы

6.

Активность ВДЛ субъектов РФ в социальных медиа позволяет губернаторам расширить масштаб обратной связи с населением. Персональные аккаунты в социальных сетях позволяют главам регионов шире и более оперативно отвечать на потребности граждан в решении их проблем за счет использования таких инструментов, как прямое общение ВДЛ с гражданами (в том числе во время прямых эфиров) и делегирование функций по решению локальных проблем главам местного самоуправления.

7.

Активное использование социальных медиа позволяет главам регионов повышать эффективность взаимодействия с уровнем местного самоуправления. Некоторые из участников ТОП-20 ВДЛ, например, губернатор Белгородской области Вячеслав Гладков, уже практикуют постановку поручений главам МСУ через социальные медиа, а также ведут в социальных сетях статистику по личным приемам и решению проблем граждан со стороны глав муниципалитетов.

8.

«Продвинутые» губернаторы из ТОП-20 используют свои аккаунты в социальных медиа, чтобы не допустить монополии своей бюрократии и органов МСУ на информацию. Активность в социальных медиа позволяет ВДЛ напрямую получать информацию от граждан по проблемам,

предотвращать «лакирование» действительности со стороны чиновников и органов МСУ и формировать собственную программу встреч с гражданами (например, кейс губернатора ЯНАО Дмитрия Артюхова — проект «Честный маршрут»). Социальные сети предоставляют «продвинутым» губернаторам возможность оперативно выявлять существующие проблемы и решать их при своем непосредственном участии либо личном контроле.

9.

В информационной активности ВДЛ наибольшую значимость имеют темы, связанные с комфортной городской средой, а также развитием инженерной, транспортной и социальной инфраструктуры. Речь идет о сюжетах на такие темы, как благоустройство территорий, состояние инженерной инфраструктуры и сетей, ремонт и прокладка дорог, строительство жилья, капитальный ремонт и улучшение жилищных условий граждан.

Список экспертов

(оценка результатов исследования)

№	ФИО	Социальный статус
1	Баширов Марат	Директор АНО «Центр изучения международных санкционных режимов», ведущий телеграм-канала «Политджойстик»
2	Быстров Петр	Политконсультант, член правления Российской ассоциации политических консультантов (РАПК)
3	Винокуров Андрей	Корреспондент отдела политики газеты «Коммерсантъ»
4	Винокурова Екатерина	Специальный корреспондент в издании Znak.com
5	Голованов Михаил	Политолог, управляющий партнер Organic PR
6	Данилин Павел	Директор Центра политического анализа
7	Евстафьев Дмитрий	Заместитель руководителя департамента интегрированных коммуникаций по научной работе факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ
8	Кузнецов Глеб	Руководитель экспертного совета ЭИСИ
9	Калачев Константин	Политолог, руководитель Политической экспертной группы
10	Мартынов Алексей	Директор Международного института новейших государств
11	Матвейчев Олег	Депутат Государственной Думы VIII созыва, профессор Финансового университета при Правительстве РФ
12	Минаев Максим	Заместитель руководителя Центра политических исследований Фонда развития гражданского общества
13	Минтусов Игорь	Президент компании «Николло М»
14	Никитский Сергей	Руководитель портала «Губернаторы.Ru»
15	Потуремский Виктор	Директор ИНСОМАР по политическому анализу
16	Салин Павел	Директор Центра политологических исследований Финансового университета при Правительстве РФ
17	Сперкач Андрей	Директор по исследованиям Центра информационных коммуникаций «Рейтинг», старший преподаватель Финансового университета при Правительстве РФ
18	Спирин Анатолий	Ведущий телеграм-канала «Как-то так»
19	Толмачев Сергей	Советник губернатора г. Севастополя по внутренней политике
20	Чаблин Антон	Руководитель аналитического центра и портала «Акценты»

Эксперты о результатах исследования

Опрошенные эксперты отмечают актуальность исследования в связи с объективным ростом значения социальных медиа для деятельности чиновников всех уровней, включая избираемых глав субъектов РФ.

- Алексей Мартынов: «Мы сейчас живем в такую эпоху, когда очень большими, быстрыми темпами развиваются коммуникативные технологии. Они в любом случае являются своего рода показателями и для обратной связи работы выборных чиновников, и не только выборных».
- Марат Баширов: «Явно своевременное исследование, которое адекватно тем запросам, которые есть во взаимоотношениях между властью и населением. Мне кажется, что глубокое изучение через двадцать официальных критериев, десять неофициальных критериев — это очень важная история. Она дает ориентиры для тех людей, которые занимаются государственным управлением и напрямую связаны с той политикой, которая интересует граждан».

Ряд экспертов отмечают в качестве достоинства исследования то, что оно основано на анализе объективных данных и научных подходов, а не на субъективных экспертных оценок.

- Андрей Винокуров: «В целом мне очень понравилось, потому что главное преимущество его по сравнению со многими рейтингами, которые есть, — попытка прийти к какой-то объективной методологии. Мне

показалось, что попытка вполне валидная и всё практически сделано, что называется, как по науке... Мне, кстати, понравилось, что доминанция экспертных оценок у вас заменена какими-то объективными показателями. Это вот здорово у вас как раз вышло».

- Павел Салин: «Если говорить про применение объективных данных, оцениваю это положительно».

Респонденты говорят о качественной новизне исследования по сравнению с рейтингами глав субъектов РФ, которые уже существуют в отечественном медиаполе.

- Марат Баширов: «Он, конечно, отличается принципиально. Это такая более детализированная методика. Из того, что я видел, обычно более простые модели. Здесь, конечно, она более глубокая. Поэтому мне это и показалось интересным — и посмотреть, и поговорить о ней».
- Игорь Минтусов: «Исследования активности в социальных сетях мне встречались, но такого рейтинга я точно не встречал. Вспомнить еще что-то такое брендовое, что-то запоминающееся вроде этого рейтинга, я не могу».

Многие опрошенные эксперты выразили согласие с тем, что в исследовании присвоен очень высокий вес такому критерию оценки работы глав регионов, как «Доверие к власти». Опрошенные эксперты отмечают, что в настоящее время

доверие к Президенту РФ и главе субъекта РФ является, пожалуй, наиболее важным показателем оценки деятельности этого главы региона со стороны федерального центра.

- Андрей Винокуров: «Доверие к президенту — точно, насколько я знаю, ключевое вообще для губернатора. Как и доверие к руководителю — данные рейтинги смотрят, прежде всего. Но оно у вас и есть с баллом 4,1 — то есть выше, чем все остальные критерии».
- Павел Салин: «Для тех, кто в теме, не секрет, что ключевым критерием, вес которого гораздо больше, чем тот, который указан в таблице или в каких-то других таблицах, является политика. В узком смысле уровень доверия к власти, в первую очередь к президенту, во вторую очередь к главе субъекта. А все остальное, что называется, до кучи. Грубо говоря, 80–90 % — это вес критериев политического доверия к власти. Ну а все остальные социально-экономические критерии губернатору припоминают в том случае, если его хотят отправить в отставку... Экономика у вас упакована в один маленький пункт, инфраструктура в один пункт, а политика и социально-политическое измерение, наоборот, разделены на несколько критериев. В принципе, нормально, более обоснованно, более релевантно, чем в указе президента».
- Антон Чаблин: «Уровень доверия к власти — это интегральный критерий, который обобщает всё: и конфликты, и так далее».

Эксперты о взаимосвязях между информационной политикой глав регионов и уровнем их популярности среди аудитории социальных медиа

Эксперты отмечают, что в рейтинге ТОП-20 преобладают главы относительно небольших по численности населения регионов. В связи с этим высказывается мнение, что чем меньше регион и чем более он однороден в этническом отношении, тем эффективнее глава субъекта РФ может вести информационную работу через свои аккаунты в социальных сетях.

- Марат Баширов: «Я бы обратил внимание, что в двадцатке немного регионов с многочисленным населением. То есть чем меньше регион, тем на самом деле проще работать в соцсетях. Или если у вас мононациональная республика, как, например, Татарстан или Чечня, то там тоже проще работать. Если, например, сравнить Татарстан и Чечню, то в Татарстане сложнее. Потому что там более дробное население по многим критериям, Чечня все-таки монотерритория».
- Сергей Никитский: «Я смотрю, тут лидируют в принципе малые территории... Может быть, в этом и кроется секрет: на меньшее количество людей можно воздействовать более эффективно. Грубо говоря, если регион 3 миллиона, то там тысяча лайков смотрятся в одном разрезе. А если у тебя там 500 населения, тысяча лайков уже в другом разрезе смотрится... В малом регионе, соответственно, надо меньше усилий прикладывать для большей эффективности».

Респонденты связывают высокую представленность в рейтинге ТОП-20 губернаторов-«технократов» с эффективностью их работы в социальных сетях. Высказывается мнение, что главы регионов из числа «технократов» используют в социальных медиа однотипные технологичные методы работы и сходную повестку, что и обеспечивает им хорошие позиции в рейтинге.

- Павел Салин: «Так называемые технократы всю свою активность, в том числе и в социальных сетях, выстраивают вокруг маркеров и по тем направлениям, которые им спускаются в так называемых методичках администрации Президента. Поэтому их действия в основе своей все однотипные. Поэтому они все и попали в однотипный рейтинг, потому что, грубо говоря, действуют по одинаковым рецептам. Используют одни и те же рецепты, которые им спускают сверху».
- Анатолий Спирин: «Эта кадровая волна технократов действительно востребовала собой новый подход. Люди 30–40 лет действительно активно используют соцсети. Но это в целом просто поветрие времени, в том числе той же кадровой школы губернаторов, которая породила этих самых технократов. Им прямо преподавали там в Сенеже или РАНХиГС, что надо использовать соцсети, потому что это важный момент для открытости».

В целом эксперты считают вполне обоснованным и достоверным результатом наличие в первой тройке главы Чечни Рамзана Кадырова. Они отмечают, что оригинальный авторский стиль ведения Р. Кадыровым аккаунтов обеспечивает большое внимание к нему пользователей социальных сетей не только в Чечне, но и в других регионах России.

- Алексей Мартынов: «Понятно, что это его личное. И ровно потому, что это личное, не искусственное, не придуманное, это и имеет такую обратную связь, причем не столько на уровне республики, а всего Кавказского региона, даже Закавказья. Поэтому Кадырова читают все и с удовольствием. Это абсолютно искренняя вещь, понимаете? Вот это удивительно, но это факт... Кадыров, безусловно, здесь самородок. И я считаю, вот его место совершенно справедливо».
- Сергей Никитский: «Кадырова я вообще бы поставил, если не брать Собянина, на первое место. Кадыров действительно круто ведёт социальные сети, и он даёт всегда мощные информационные поводы. Можно его критиковать, но в целом он крутой блогер. И на фоне всех остальных глав субъектов у него активность просто зашкаливает».

Эксперты о губернаторе ЯНАО Дмитрии Артюхове

В целом респонденты считают достоверным и релевантным лидерство губернатора ЯНАО Дмитрия Артюхова в интегральном рейтинге ТОП-20 глав субъектов РФ по доверию аудитории социальных сетей. Этот вывод исследования не встречает значимой критики или отторжения со стороны опрошенных федеральных экспертов.

- Сергей Никитский: «Первое место понятно. Я считаю, что он достаточно активен в соцсетях. В принципе достаточно выбрал такой доверительный инструмент общения, через соцсети. На машине ездит всё время, вижу, по региону, с людьми встречается. Как-то видна у него прямо такая заинтересованность. Мне нравится, как он ведет социальные сети».
- Павел Салин: «Артюхов и Кадыров не вызывают у меня вопросов: они почти во всех рейтингах занимают первые-вторые места по объективным причинам, потому что железно контролируют ситуацию в своем регионе. Артюхов является суперконсенсусной фигурой в суперресурсном регионе. И там элита от его лица с опорой на ресурсы региона может в этом регионе контролировать всё».
- Антон Чаблин: «Попадание Артюхова на первое место для меня вообще не удивительно. Это логично. Это, наверное, самый сейчас реально социально активный губернатор, который дает информационные поводы в соцсетях».

С точки зрения части экспертов, лидерство Артюхова в эффективном использовании социальных медиа обусловлено его относительной молодостью и связанной с этим технологической «продвинутостью», а также принадлежностью к когорте губернаторов-«технократов».

- Марат Баширов: «Работа с соцсетями должна быть понятна тебе в силу твоего жизненного опыта. А он человек молодой, для него это естественно. Люди его возраста живут в соцсетях. Они общаются в соцсетях, они информацию оттуда получают».
- Антон Чаблин: «Если это сравнить с тем, что пишет Кадыров, понятно, что у Кадырова более традиционный подход. То есть сидит спичрайтер, который отслеживает какое-то событие, он на него пишет такой развернутый, очень красивым русским языком комментарий. Очень красивым русским языком, но, увы, далеким от разговорного. Нет живости. То есть в этом плане Артюхов, конечно, выигрывает, потому что он больше в тренде. Он более современный... Ему 33 года, чего вы хотите, господа? Это вчерашний студент, грубо говоря. Конечно, он рубит во всех соцсетях».

В то же время эксперты отмечают, что лидерство Артюхова связано и с его высокой активностью в непосредственных коммуникациях с населением ЯНАО, что регулярно и грамотно освещается в персональных аккаунтах губернатора в социальных сетях:

- Сергей Никитский: «Он ведет активную работу с населением, достаточно активную. Он достаточно открытый, постоянно ездит по региону, ролики мне тоже попадают. В общем, я не удивился его результату... Вот Артюхов молодой, он такой обаятельный. Он там все время ездит на машине, все проверяет, всё смотрит. Во всяком случае, складывается мнение, что его люди любят. Поэтому его результат понятен, без комментариев».
- Антон Чаблин: «Кстати, про Артюхова. Он лично пишет, он молодой, он сам активно представлен лично в разных социальных сетях. Какие-то даже интересные идеи продвигает. Скажем, когда он ехал буквально на автомобиле и просто вот стримил свою поездку, одновременно отвечал на какие-то вопросы граждан, делился впечатлениями о том, что он видит, это интересный формат. Вот тут интересная подача».