

## ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»  
<https://su-journal.ru>

2025, № 4 / 2025, Iss. 4 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)

УДК 070.15

### Персонализированный стиль общения государственной власти с гражданами в социальных сетях (на примере официального сообщества во «Вконтакте» правительства города Севастополь)

<sup>1, 2</sup> Сенишин С.В.

<sup>1</sup> Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы,

<sup>2</sup> Федеральная антимонопольная служба

**Аннотация:** в статье рассматривается персонализированный стиль коммуникации в соцсетях как перспектива повышения эффективности во взаимодействии органов власти с гражданами. Проведен сравнительный анализ стандартных и персонализированных текстов постов органов власти на примере официального сообщества во «ВКонтакте» Правительства города Севастополь. Результаты исследования показали, что персонализированные ответы воспринимаются аудиторией лучше, так как составлены на простом понятном языке и учитывают категорию обращающихся граждан на основе их индивидуальных потребностей.

**Ключевые слова:** социальные сети, госорганы, коммуникация, коммуникационный стиль, персонализированный стиль

**Для цитирования:** Сенишин С.В. Персонализированный стиль общения государственной власти с гражданами в социальных сетях (на примере официального сообщества во «Вконтакте» правительства города Севастополь) // Современный ученый. 2025. № 4. С. 7 – 13.

*Поступила в редакцию: 20 ноября 2024 г.; Одобрена после рецензирования: 21 января 2025 г.; Принята к публикации: 19 марта 2025 г.*

### Personalized style of communication between government authorities and citizens on social networks (using the example of the official «Vkontakte» community of the Sevastopol city government)

<sup>1</sup> Senishin S.V.

<sup>1</sup> Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia,

<sup>2</sup> Federal Antimonopoly Service of the Russian Federation

**Abstract:** the article considers the personalized style of communication in social networks as a prospect of increasing efficiency in the interaction between authorities and citizens. The comparative analysis of standard and personalized texts of posts of authorities was carried out on the example of official community in «VKontakte» of the Government of the city of Sevastopol. The results of the study showed that personalized answers are better under-

stood by the audience, because they are written in a simple understandable language and take into account the category of citizens who make their requests based on their individual needs.

**Keywords:** social networks, government agencies, communication, communication style, personalized style

**For citation:** Senishin S.V. Personalized style of communication between government authorities and citizens on social networks (using the example of the official «Vkontakte» community of the Sevastopol city government). Modern Scientist. 2025. 4. P. 7 – 13.

*The article was submitted: November 20, 2024; Approved after reviewing: January 21, 2025; Accepted for publication: March 19, 2025.*

## Введение

**Актуальность** исследования заключается в том, что на сегодняшний день официальные сообщества органов власти в соцсетях стали удобными площадками для общения с гражданами. Благодаря простой и доступной форме коммуникации стало возможным получать обратную связь от аудитории, публиковать и получать информацию онлайн, совместно выявлять и решать проблемы, связанные с качеством жизни города. Однако все чаще возникают трудности в коммуникации, связанные с пониманием предоставляемой органами власти информации и учетом индивидуальных потребностей аудитории. Главным препятствием, как правило становятся канцеляризмы или так называемый «чиновничий» язык, а также стандартные обезличенные формулировки. В этой связи необходима разработка новых подходов для улучшения коммуникации, одним из которых может быть использование персонализированного стиля для написания текстов ответов на обращения граждан в соцсетях.

**Цель** исследования заключается в том, чтобы проанализировать персонализированные ответы госорганов на обращения граждан в соцсетях и определить факторы, влияющие на эффективность выбранного стиля коммуникации.

Для этого решались следующие задачи:

- 1) обозначены существующие проблемы коммуникации;
- 2) проведен сравнительный анализ стандартных и персонифицированных ответов госорганов на официальной странице в соцсетях во «ВКонтакте» Правительства города Севастополь;

- 3) рассмотрены особенности стилей написания госорганами ответов на обращения граждан в соцсетях и сделан анализ реакции аудитории для определения недостатков в коммуникации;

**Научная новизна** исследования определяется в связи с появлением новой формы коммуникации госорганов с аудиторией через социальные сети.

**Теоретическая значимость исследования** обусловлена обобщением данных, полученных на основании экспертных оценок и сравнительного

анализа стандартных и персонализированных ответов госорганов в соцсетях. **Практическая значимость** состоит в том, что полученные результаты и рекомендации могут применяться госслужащими, ответственными за написание ответов на обращения граждан от лица представляемого ими государственного учреждения и администрациями официальных страниц подведомственных организаций в соцсетях.

## Материалы и методы исследований

После внесения изменений в Федеральный закон от 9 февраля 2009 года № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», вступивший в силу 1 декабря 2022 года, органы власти обязаны использовать социальные сети для взаимодействия с аудиторией [14, с.5]. Для этого были утверждены основные две интернет-площадки «ВКонтакте» и «Telegram» [15].

Сегодня эти площадки считаются самым популярным инструментом коммуникаций между государством и людьми, поэтому важным аспектом является качество коммуникации, которое зависит от скорости обработки обращений и подачи информации аудитории в простой и понятной форме.

Если в первом случае, вопрос урегулирован федеральным законом, который устанавливает порядок рассмотрения обращений граждан в государственные органы [12], то во втором случае он носит лишь рекомендательный характер, хотя правильный выбор коммуникационного стиля очень важен, так как это способ коммуникации, обусловленный индивидуальностью адресанта, выражающийся в предпочтении определенных кодов, каналов и средств коммуникации, а также степени соблюдения правил того или иного языка [17]. Учитывая, что интернет-площадки для продвижения в социальных сетях подчиняются правилам маркетинга, выбор персонализированной коммуникации, где потребитель воспринимается как личность и обслуживается с учетом его уникальности, становится очевидным [3]. Такой путь взаимодействия строится на индивидуальном подхо-

де к каждому, что помогает качественно взаимодействовать с аудиторией.

На сегодняшний день разработано общее руководство по ведению официальных страниц госорганов или госпабликсов, в котором описан процесс их ведения с технической точки зрения [13]. Например, как зайти в личный кабинет, настроить шаблон поста, как запланировать его публикацию и т.д. О стиле коммуникации обязательных правил нет, поэтому чаще всего администраторы страниц госорганов в соцсетях используют стандартный для чиновников язык, который представляет собой бюрократический «диалект» русского языка (худшую разновидность официально-делового стиля). Его в основном используют в официальных объявлениях и документах. Как правило, это сложные языковые конструкции с не менее сложной синтаксической структурой, в которых смысл сообщения теряется. Это могут быть формулировки из законов: «в соответствии с принятым законом...», канцеляризмы: «представляя анализ исходной ситуации...», ссылки на постановления и распоряжения большого объема, которые надо изучать самостоятельно. Для большинства граждан воспринять такую форму изложения текста сложно. Формально ответ дан, однако он может остаться непонятым. Чаще всего это вызывает раздражение со стороны аудитории, которое выражается в гневных комментариях под постами. Возникает полемика среди единомышленников, так как обезличенный ответ выглядит как отписка, которая не способствует решению вопроса, а еще больше усугубляет ситуацию.

Еще Антон Павлович Чехов писал: «Какая гадость чиновничий язык! Исходя из того положения... с одной стороны... с другой же стороны – и все это без всякой надобности. «Тем не менее» и «по мере того» чиновники сочинили...» [16, с.85].

По мнению А.Д. Васильева и Е.А. Земской, канцелярит выполняет функции политкорректности и управления, манипулирования массовой аудиторией [1]. Однако коммуникация с помощью соцсетей подразумевает не просто предоставление фактов о работе госорганов, ее главная цель – создавать благоприятную среду для общения с аудиторией, а для этого необходимо находить с ней общий язык в прямом смысле слова. Так, чтобы любая информация, независимо от ее сложности, переводилась на простой доступный язык для большой массы людей вне зависимости от образования, статуса и возраста. Кроме того, аудитория в соцсетях, как правило, проявляет себя эмоционально. Например, человек инвалид, обращался во все инстанции, но его проблему никто не решил. В данном случае необходим персонализированный

подход, учитывающий статус обратившегося, а также применение эмоциональных приемов, таких как, благодарность за обращение, приветствие, просьба, извинения и, конечно, вежливый тон.

Председатель комитета Госдумы по информационной политике, информационным технологиям и связи Александр Хинштейн отмечает, что новые нормы должны делать госорганы более открытыми и дать возможность гражданам получать информацию «в понятной и доступной форме» [2]. Одной из таких форм, может быть, публикация персонализированных ответов, с простыми и понятными формулировками в тексте.

На проблему, связанную с подачей информации для граждан в соцсетях на интернет-площадках, стали обращать внимание специалисты из Social Media Marketing. По их мнению, без помощи SMM - маркетинга в социальных сетях успешно продвигаться и коммуницировать сложно. Необходим большой комплекс работ, в который входит выработка стратегии, создание визуального оформления, общение с подписчиками и т.д., что затруднительно проводить администратору паблика в одном лице. В данном случае требуется привлечение сразу нескольких специалистов или дополнительная подготовка госслужащего, выполняющего эти функции, что далеко не в каждом государственном органе возможно реализовать. Однако маркетологи составили простые рекомендации, которые помогают, например, выстраивать диалог с аудиторией на доступном для нее языке, избегая канцеляризмов, сложных профессиональных формулировок и терминов. Эксперт по сопровождению медийной деятельности федеральных и региональных органов власти Евгений Журавлев подчеркивает, что если речь идет о внешних коммуникациях, то надо переводить с чиновниччьего языка на человеческий: «Простому человеку бывает сложно пробраться сквозь зубодробительные тексты законодательных актов». Он рекомендует не использовать в текстах сухой перечень фактов, а переводить его в понятную инструкцию, которую можно применить в жизни (как сделать и развить госпаблик для людей) [11].

## Результаты и обсуждения

Сравнительный анализ стандартных и персонализированных ответов госорганов на официальной странице сообщества в соцсетях во «ВКонтакте» Правительства города Севастополь показал, что персонализированные ответы воспринимаются аудиторией лучше по некоторым причинам. Первая – это изложение сути решения проблемы простым и понятным языком.

Рассмотрим пример удачной коммуникации под постом о горном отдыхе в России, где остав-

лен комментарий саркастического характера от подписчика. По его мнению, начался пожароопасный период и данный пост не уместен, так как поход в горы и лес может быть опасным. На что ему был дан ответ администратором, что «...в пожароопасный период не вводится запрет на посещение леса. Поэтому путешествуйте, только не разводите костры в необорудованных местах» [5]. В тексте нет ссылок на законы или постановления, нет цитат из них, отсутствуют канцеляризмы. Он не только составлен простым языком, но и еще достаточно информативен. Из него ясно, что можно делать, а что нельзя в пожароопасный период. Поскольку последующих комментариев под постом нет, можно предполагать, что такой ответ подписчика и остальную аудиторию удовлетворил.

Еще один пример грамотной коммуникации с аудиторией, где использовался простой и информативный текст под постом о старте сезона общегородских зарядок. Люди попросили обратить внимание на то, что в новом парке на мысе Фиолент нет спортивных площадок, на что им был дан ответ: «Управление спорта города Севастополя благодарит вас за активную позицию, данную локацию мы учтем и рассмотрим» [6]. Со стороны аудитории положительная реакция выражается в виде лайков и смайликов.

Вторая причина – это персональный подход. Для сравнения рассмотрим пример с неудачной коммуникацией под постом о диспансеризации, где аудитория не получила конкретного ответа ни на один из заданных вопросов, что вызвало гневную полемику среди подписчиков. Департамент здравоохранения города Севастополь сообщило, что можно пройти расширенную диспансеризацию в поликлиниках города, однако подписчики, исходя из своей практики, поставили данный факт под сомнение, так как на самом деле это не так просто, на что получают ответ в виде объемного, плохо понимаемого текста: «...для выявления у граждан признаков хронических неинфекционных заболеваний, факторов риска их развития, а также...», с применением большого количества канцеляризмов и ссылки на дополнительный материал для ознакомления [7]. В итоге под постом оставлены подписчиками гневные сообщения: «...не слушайте шарлатанов. Вешают лапшу на уши», «Если бы они ещё говорили правду» и т.д.

В следующем ответе Департамента здравоохранения города Севастополь, кроме стандартного текста, можно считать недостатком и тот факт, что отсутствует персонализированный подход к решению вопроса. Женщина обратилась с вопросом, что делать, если сломана рука, а записи к

травматологу нет. На что получила стандартный обезличенный ответ: «Светлана, Здравствуйте. Запись к травматологу есть. Вы можете попросить регистратора поставить в лист ожидания. Как только появятся свободные слоты, операторы оповестят Вас» [4]. В данном случае со стороны Департамента здравоохранения ответ на обращение выглядит как отписка, так как по факту аудитория указывает на то, что существуют с их стороны недоработки, что записи к врачу нет, тогда как департамент продолжает утверждать, что есть. В итоге аудитория не только не получила ответы на свои вопросы, но и еще больше убедилась, что Департамент здравоохранения не заинтересован в решении вопросов граждан.

Пример успешной коммуникации можно рассмотреть в ответе Департамента образования и науки Севастополя на жалобу граждан, обеспокоенных состоянием укрытий в школах. В ответе на обращение администратор от лица Департамента благодарит за сигнал, обещает направить профильных специалистов для проверки состояния укрытия. Текст составлен с учетом потребностей автора сообщения: «Мы понимаем, что бывает некомфортно, но безопасность детей в данном случае в приоритете». Далее не отписка, что это не в их компетенции, а корректное указание на ответственных лиц за состояние укрытий. А также рекомендация и просьба для дальнейшего решения вопроса: «Состояние укрытий находится на контроле директоров. Пожалуйста, обсудите данный вопрос с директором вашей школы, совместно найдете варианты, как сделать условия пребывания детей комфортнее» [8]. Ответ составлен с учетом потребности гражданина, в вежливой форме, максимально информативно, адресат получил рекомендации и предложение в содействии решения вопроса, что является хорошим примером эффективной коммуникации.

Еще одна особенность персонализированного стиля – это использование эмоциональных приемов коммуникации, например - приветствие, благодарность, просьба, извинение. Пример безэмоционального сообщения со стороны Севнаследия. Гражданин изложил суть проблемы, указав адрес, степень разрушения памятников, предположение, что есть архив или план, где можно увидеть, как выглядели памятники раньше, чтобы восстановить их. Также он указывает на важность решения вопроса, так как скоро юбилейная дата и там похоронены лучшие люди Севастополя и свой опыт обращения в Департамент градостроительства, где он получил отрицательный результат. Севнаследие дает такой ответ: «Добрый день. Данные объекты являются объектом культурного наследия

регионального значения. Работы по сохранению объекта культурного наследия проводятся по инициативе собственника/пользователя объекта. Севнаследие проведет контрольно-надзорное мероприятие, по результату будут приняты меры по-нуждения к проведению работ по сохранению объекта. При этом следует отметить, что работы могут быть проведены только при наличии научно-проектной документации, согласованной Севнаследием, и при наличии соответствующего финансирования» [9]. Здесь мы видим классический канцелярит, отсутствие учета потребностей гражданина и эмоций. Ответ содержит сплошные выдержки из закона, малопонятен и практически не информативен. В сообщениях под постом это вызвало негодование среди подписчиков и гневные сообщения: «...так пусть работают! Чего ждут? Пинка из Москвы?», «... заниматься, видимо, по сути отписками вы уже научились», «к сожалению, правительство города, очень мало уделяет внимания этим самым памятникам и историческим местам».

Как пример грамотной коммуникации можно привести ответ Департамента городского хозяйства: «Добрый день. Сотрудники управляющей компании проводили ремонтные работы. Сейчас

теплоснабжение восстановлено. Благодарим за обращение» [10].

## Выводы

Исходя из проведенного исследования, можно сделать вывод, что персонализированные ответы госорганов на обращения граждан в соцсетях могут быть эффективным методом для коммуникации. Это обуславливается тем, что правительственные интернет-площадки работают по такому же принципу, как и любые другие интернет-площадки, оказывающие услуги. Их принцип состоит в том, чтобы привлекать широкий круг аудитории, которая сама по себе неоднородна. Персональный подход в процессе коммуникации с аудиторией предоставляет массу возможностей. Аудитория быстро получает необходимую информацию в простой понятной форме, соответствующей её запросам, не испытывая раздражения от малопонятных текстов. Учитывается степень важности вопроса, статус обратившегося, его возраст, опыт в решении схожих проблем и другие персональные особенности. Эмоционально окрашенные тексты также способствуют благоприятному общению, так как снижают градус негатива в комментариях. Как следствие, персонализированная коммуникация взаимовыгодна, как для органов власти, так и для граждан при решении вопросов.

## Список источников

1. Васильев А.Д. Слово в телевидении: Очерки новейшего словоупотребления в российском телевещании. ФЛИНТА, 2018 г. 224 с.
2. Госорганы теперь обязаны отвечать на вопросы граждан в соцсетях. Эксперт Зацепин рассказал об обязанности госорганов вести паблики в социальных сетях [Электронный ресурс]. URL:[https://vk.com/wall-131591841\\_118402](https://vk.com/wall-131591841_118402) (дата обращения: 11.02.2024)
3. Деревицкий А. Особенности персонализированного общения с клиентами. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. URL: [https://www.marketing.spb.ru/lib-around/socio/sales\\_personalization.htm](https://www.marketing.spb.ru/lib-around/socio/sales_personalization.htm) (дата обращения: 10.03.2024)
4. Информация с группы «Черный список Севастополя» во «ВКонтакте» [https://vk.com/wall-93236776\\_3516608](https://vk.com/wall-93236776_3516608)
5. Информация с официальной страницы Правительства города Севастополь во «ВКонтакте» [https://vk.com/wall-126326014\\_174071](https://vk.com/wall-126326014_174071)
6. Информация с официальной страницы Правительства города Севастополь во «ВКонтакте» [https://vk.com/wall-126326014\\_173879](https://vk.com/wall-126326014_173879)
7. Информация с официальной страницы Правительства города Севастополь во «ВКонтакте» [https://vk.com/wall-126326014\\_173852](https://vk.com/wall-126326014_173852)
8. Информация с официальной страницы Правительства города Севастополь во «ВКонтакте» [https://vk.com/wall-126326014\\_174579](https://vk.com/wall-126326014_174579)
9. Информация с официальной страницы Правительства города Севастополь во «ВКонтакте» [https://vk.com/wall-126326014\\_174552](https://vk.com/wall-126326014_174552)
10. Информация с официальной страницы Правительства города Севастополь во «ВКонтакте» [https://vk.com/wall-126326014\\_173644](https://vk.com/wall-126326014_173644)
11. Как сделать и развить госпаблик для людей Чек-лист по грамотному ведению официальных аккаунтов [Электронный ресурс]. URL:<https://www.cossa.ru/152/320406/> (дата обращения: 11.02.2024)
12. Консультант Плюс [Электронный ресурс]. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_59999/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_59999/) (дата обращения: 01.04.2024)

13. Общая инструкция госпаблики [Электронный ресурс]. URL:  
<http://ulru.ru/attachments/article/301/Инструкциягоспабликиобщая.pdf> (дата обращения: 11.03.2024).
14. Официальное опубликование правовых актов. [Электронный ресурс]. URL:  
<http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202207140024> (дата обращения: 11.04.2024).
15. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и средств массовой информации [Электронный ресурс]. URL: <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74156.htm> (дата обращения: 01.04.2024)
16. Чехов А.П. Письмо Суворину А.С., 24 августа 1893 г. Мелиховою М.: Наука, 1974-1983. Т. 5. Письма, Март 1892-1894. М.: Наука, 1977. С. 228 – 231. С. 85 [Электронный ресурс]. URL: <http://chehov-lit.ru/chehov/letters/1892-1894/letter-1336.htm>
17. Энциклопедия социологии [Электронный ресурс]. URL:  
[https://gufo.me/dict/social/КОММУНИКАЦИИ\\_СТИЛЬ](https://gufo.me/dict/social/КОММУНИКАЦИИ_СТИЛЬ) (дата обращения: 21.03.2024)

### References

1. Vasiliev A.D. Word on TV: Essays on the latest word usage in Russian television broadcasting. FLINTA, 2018, 224 p.
2. Government agencies are now required to answer citizens' questions on social networks. Expert Zatsepin spoke about the obligation of government agencies to maintain public pages on social networks [Electronic resource]. URL: [https://vk.com/wall-131591841\\_118402](https://vk.com/wall-131591841_118402) (date accessed: 11.02.2024)
3. Derevitsky A. Features of personalized communication with clients. Encyclopedia of Marketing [Electronic resource]. URL: [https://www.marketing.spb.ru/lib-around/socio/sales\\_personalization.htm](https://www.marketing.spb.ru/lib-around/socio/sales_personalization.htm) (date accessed: 10.03.2024)
4. Information from the group "Black List of Sevastopol" on VKontakte [https://vk.com/wall-93236776\\_3516608](https://vk.com/wall-93236776_3516608)
5. Information from the official page of the Government of the city of Sevastopol on VKontakte [https://vk.com/wall-126326014\\_174071](https://vk.com/wall-126326014_174071)
6. Information from the official page of the Government of the city of Sevastopol on VKontakte [https://vk.com/wall-126326014\\_173879](https://vk.com/wall-126326014_173879)
7. Information from the official page of the Government of the city of Sevastopol on VKontakte [https://vk.com/wall-126326014\\_173852](https://vk.com/wall-126326014_173852)
8. Information from the official page Sevastopol City Government on VKontakte [https://vk.com/wall-126326014\\_174579](https://vk.com/wall-126326014_174579)
9. Information from the official page of the Sevastopol City Government on VKontakte [https://vk.com/wall-126326014\\_174552](https://vk.com/wall-126326014_174552)
10. Information from the official page of the Sevastopol City Government on VKontakte [https://vk.com/wall-126326014\\_173644](https://vk.com/wall-126326014_173644)
11. How to create and develop a government public for people Checklist for the proper management of official accounts [Electronic resource]. URL: <https://www.cossa.ru/152/320406/> (date of access: 11.02.2024)
12. Consultant Plus [Electronic resource]. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_59999/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_59999/) (date of access: 01.04.2024)
13. General instructions of the state public [Electronic resource]. URL:  
<http://ulru.ru/attachments/article/301/Иментациягоспабликиобщая.pdf> (date of access: 11.03.2024).
14. Official publication of legal acts. [Electronic resource]. URL:  
<http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202207140024> (date of access: 11.04.2024).
15. Official website of the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Media [Electronic resource]. URL: <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74156.htm> (access date: 04/01/2024)
16. Chekhov A.P. Letter to Suvorin A.S., August 24, 1893. Melikhovoy M.: Science, 1974-1983. T. 5. Letters, March 1892-1894. M.: Nauka, 1977. P. 228 – 231. P. 85 [Electronic resource]. URL: <http://chehov-lit.ru/chehov/letters/1892-1894/letter-1336.htm>
17. Encyclopedia of Sociology [Electronic resource]. URL: [https://gufo.me/dict/social/КОМУНКИЯ\\_СТАЛЬ](https://gufo.me/dict/social/КОМУНКИЯ_СТАЛЬ) (date of access: 21.03.2024)

### **Информация об авторе**

**Сенишин С.В.**, аспирант, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы; Федеральная антимонопольная служба, *sergey-senishin@yandex.ru*

© Сенишин С.В., 2025