Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2024. № 3. С. 226-235
State and Municipal Management. Scholar Notes. 2024;(3):226–235

Проблемы социологии

Научная статья
УДК 316+32.019.5
https://doi.org/10.22394/2079-1690-2024-1-3-226-235 EDN SZBOZG

Социальные сети как инструмент формирования доверия к власти в клиентоцентричной модели государства

Алексей Викторович Баранов

Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Ростов-на-Дону, Россия, baranov-av@ranepa.ru

Аннотация. В статье представлены результаты исследования, проводимые с целью выявления мнения государственных и муниципальных служащих воссоединенных регионов о внедрении клиентоцентричного подхода в официальное коммуникативное пространство социальных сетей. Гипотеза автора заключается в том, что клиентоцентричный подход в процессе взаимодействия представителей органов власти и граждан способствует не только формированию открытого, честного и прямого диалога между властью и обществом, но и формированию доверия населения по отношению к представителям органов власти и власти по отношению к гражданам. В связи с этим была сделана попытка выявления факторов, негативно воздействующих на клиентоцентричность коммуникации и разрушающих обоюдное доверие.

Ключевые слова: клиентоцентричность, доверие к власти, доверие к населению, эффективная коммуникация, социальные сети

Для цитирования: Баранов А. В. Социальные сети как инструмент формирования доверия к власти в клиентоцентричной модели государства // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2024. № 3. С. 226–235. https://doi.org/10.22394/2079-1690-2024-1-3-226-235. EDN SZBOZG

Sociology Problems

Original article

Social networks as a tool for building trust in government in a client-centered model of the state

Alexey V. Baranov

South Russian Institute of Management – branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Rostov-on-Don, Russia, baranov-av@ranepa.ru

Abstract. The article presents the results of a study conducted to identify the opinions of state and municipal employees of the reunified regions on the introduction of a client-centered approach into the official communication space of social networks. The author's hypothesis is that a client-centered approach in the process of interaction between government representatives and citizens contributes not only to the formation of an open, honest and direct dialogue between the government and society, but also to the formation of public confidence in government representatives and authorities in relation to citizens. In this regard, an attempt was made to identify factors that negatively affect the client-centricity of communication and destroy mutual trust.

Keywords: client-centricity, trust in government, trust in the public, effective communication, social networks

For citation: Baranov A. V. Social networks as a tool for building trust in government in a client-centered model of the state. *State and Municipal Management. Scholar Notes.* 2024;(3):226–235. (In Russ.). https://doi.org/10.22394/2079-1690-2024-1-3-226-235. EDN SZBOZG

© Баранов А. В., 2024

Актуальность проблематики

Формирование доверия к власти со стороны населения и формирование доверия к населению со стороны властных структур представляют собой сложные и взаимообусловленные процессы.

Традиционные и нетрадиционные средства массовой информации и средства массовой коммуникации (СМИ и СМК), включающие радио, телевидение, а также официальные и неофициальные порталы, сайты, блоги, каналы и страницы в социальных сетях давно стали первыми источниками, снабжающими население необходимой информацией и определяющими взаимоотношения между структурами власти и населением [1–3].

Особенностью процесса установки и укрепления доверия между государством и обществом заключается в том, что субъекты коммуникации: представители власти и граждане, общаются опосредованно. Обычные люди чаще всего лично не знают чиновников и представителей публичной власти. И несмотря на открытость и некоторую демонстративность государственного управления граждане вынуждены доверять власти, полагаясь на доступную, специально подготовленную информацию, размещенную в интернет-контентах.

Открытость коммуникации органов власти в социальных сетях соответствует концепции клиентоцентричного государства[1]. Для современного Российского государства значим неформальный подход к проблемам населения [4–5]. Отсутствие формализма предполагает в*и*дение того, что заботит граждан. Для проактивного осуществления государственных услуг и для постоянного обновления инструментов и механизмов государственной помощи и поддержки важен открытый и честный диалог власти с населением. В этой связи социальные сети, предполагающие опосредованность общения, возможность преодолевать пространственно-временные барьеры и при этом общаться в режиме живой сиюминутной беседы, является идеальным коммуникационным каналом, нахождение в котором гарантирует собеседникам правильное восприятие друг друга.

Социальные сети становятся коммуникационным каналом, в котором органы власти и отдельные граждане (или организации) выступают в качестве оппонентов. Коммуникация власти и населения может по-разному складываться и развиваться, может возникать достаточное количество коммуникативных барьеров, связанных с организационными, операционными, психологическими и другими аспектами, мешающими оппонентам правильно понимать друг друга. Однако, грамотное и корректное общение способствует удовлетворённости пользователей и сотрудников органов власти и формирует обоюдное доверие.

Анализ степени разработки проблемы

Вопросы доверия к власти со стороны населения и доверия к населению со стороны властных структур для представителей Президентской Академии приоритетны и естественны. Логично, что тема доверия превалирует в нашей исследовательской деятельности [6-8].

Доверие к власти рассматривается как инструмент стратегического управления [9]; как составляющая властных ветвей, наделенных конкретным функционалом [10]; как часть национальной идентичности русского народа [11]; как индикатор возникающих между государством и населением проблем [12].

В отдельное направление в проблематике доверия к власти объединяются исследования, посвящённые оценке и анализу индикаторов, методов, технологий измерения *уровня* доверия (подробнее см. работы Н.А. Ильиновой, Е.С. Куквы, И.В. Киреевой [13]; П.Е. Красавина [14]; А.С. Финогеновой [15]). Уровень доверия к власти становится передовым показателем эффективности работы властных структур и отдельных служащих, а от верифицированности его измерения зависят судьбы людей и комфорт граждан.

Государственные гражданские и муниципальные служащие в соответствии с законодательством Российской Федерации должны представлять деятельность органов власти в социальных сетях[2]. Ведение и продвижение официальных аккаунтов органов власти становится не просто новой обязанностью государственных и муниципальных служащих[3], эффективность интернет-коммуникации выступает новым инструментом укрепления и поддержки доверия к власти со стороны населения.

[1] Стандарт «Государство для людей»
https://www.economy.gov.ru/material/file/00db16ac60dcff6084d1bcf2e611703e/standart_gosudarstvo_dlya_lyudey.
[2] Федеральный закон от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»
[3] Распоряжение Правительства РФ от 2 сентября 2022 Г. N 2523-Р

Взаимообусловленность цифровизации и доверия к власти логичны и объяснимы. Обратим внимание, что ведение официальных аккаунтов, а также непосредственное выстраивание конструктивного диалога с населением является относительно новой и очень сложно выполнимой обязанностью современных государственных и муниципальных служащих.

К факторам, осложняющим реализацию аккаунтов власти в социальных сетях, могут относиться следующие аспекты:

1) необходимость постоянного повышения уровня цифровой, информационной, юридической грамотности служащих, в новые обязанности которых входит ведение официального аккаунта;

2) повышенная ответственность публичной коммуникации в социальных сетях: любой комментарий или ответ представителей властных структур должен удовлетворять оппонента, в противном случае может возникать определенное количество негативных реакций, недопонимания, снижение уровня удовлетворённости граждан качеством общения с властью и снижением уровня доверия со стороны населения;

3) необходимость вовлечения пользователей в активную онлайн коммуникацию: государственные и муниципальные служащие должны озадачиваться тем, чтобы как можно больше граждан интересовались официальными аккаунтами органа власти, это значимо для получения актуальной обратной связи;

4) необходимость соответствовать передовым представлениям пользователей о современных, профессиональных аккаунтах: важно, чтобы аккаунт органа власти не выглядел как формально представленная страница с информацией о профессиональной деятельности, важно, чтобы знающие пользователи видели качество предлагаемого контента;

5) необходимость ведения перспективного диалога: важно, чтобы сотрудники, ведущие аккаунт и отвечающие на вопросы пользователей, умели корректно, просто и своевременно ответить на любой вопрос пользователя.

Методика исследования и характеристика респондентов

Респондентами проведенного нами исследования выступили государственные и муниципальные служащие воссоединенных регионов Российской Федерации (235 чел.). Были проведены проблемные дискуссии и экспресс-опрос, с целью получения обратной связи об уровне клиентоцентричности в социальных сетях, о барьерах, возникающих в процессе взаимодействия представителей органов власти с активными пользователями, а также о мерах, которые позволят увеличить эффективность коммуникации и повысить уровень обоюдного доверия в социальных сетях.

Важно, что в исследовании приняли участие государственные и муниципальные служащие, в рамках профессиональных обязанностях взаимодействующие с гражданами в социальных сетях. Эти сотрудники заинтересованы в том, чтобы официальные аккаунты органов власти были востребованы пользователями. Поэтому, спектр вопросов, поднимаемых в процессе проблемной дискуссии, был разнообразен и широк:

- какого рода информация должна и может размещаться в социальных сетях;
- как делать официальный аккаунт более привлекательным и более полезным для пользователей сети;
- каким образом грамотно налаживать коммуникацию с гражданами;
- как реагировать на провокации, некорректные вопросы или комментарии пользователей;
- что такое клиентоцентричная коммуникация, и как повысить ее эффективность;
- почему процент неудовлетворённости граждан качеством взаимодействия с органами власти в социальных сетях колеблется;
- как сформировать более доверительный, открытый и честный диалог между властью и обществом;
- как проще, но информативнее делится данными и сведениями, необходимыми для помощи населению;
- как верно и вовремя интерпретировать негативную обратную связь;
- как быть с положительной обратной связью, посредством чего мотивировать пользователей быть более активными и вовлеченными в процессы взаимодействия.

Перечисленные вопросы охватывают небольшой спектр факторов, которые способствуют установлению обоюдного доверия между представителями властных структур и гражданами, взаимодействующими с ними в социальных сетях.

В рамках одной статьи сложно обсудить все наблюдаемые тенденции, остановимся на тех, которые связаны с формированием и поддержанием открытого диалога и доверия между оппонентами.

Из всего дискуссионного спектра в процессе качественной выборки были утверждены несколько вопросов, прямо или косвенно устанавливающих связь между клиентоцентричным общением и уровнем доверия к власти:

1) Что в процессе коммуникации в социальных сетях не способствует удовлетворенности пользователя?

2) Что в процессе коммуникации в социальных сетях не способствует удовлетворённости государственного или муниципального служащего, ведущего официальный аккаунт?

3) Как вы оцениваете уровень доверия к власти со стороны населения (опираясь на опыт общения с гражданами в социальных сетях)?

4) Как вы оцениваете уровень доверия к населению со стороны власти?

Результаты исследования

В процессе проблемных дискуссий, проводимых с респондентами до реализации опроса, была выстроена вполне прозрачная логика, заключающаяся в следующем: граждане, пользователи социальных сетей, читают официальные аккаунты, так как заинтересованы в деятельности конкретного органа власти. Однако такая заинтересованность должна стимулироваться и поддерживаться сотрудниками, создающими официальный контент. Прежде всего, поддержание активности граждан и их вовлеченность созидается за счет быстрых, точных, простых и понятных ответов (реакций, реплик, комментариев) представителей органов власти, за которыми следуют реальные решения конкретных проблем. Для граждан самое важное – видеть постоянную и неформальную обратную связь и действительную помощь со стороны властных структур. Важен сам факт, что их обращения видят, комментарии читают, на вопросы даются ответы, а информирование и предложение тематического контента структурируется на основе пользовательских запросов, интересов и проблем. Особо значимо, что это не просто дискуссия. За диалогом следуют управленческие решения, ведущие к разрешению проблемных жизненных ситуаций.

Поддержание не формальной, а реальной эффективной обратной связи ведет к удовлетворённости пользователя. Подписчик уверен, что на любой его вопрос ответят конструктивно, своевременно, корректно, а главное продуктивно. То есть все, что ему информационно предоставит представитель органа власти, он сможет понять и применить для решения собственной проблемы.

Однако все участники проблемных дискуссий согласились, что удовлетворенность пользователей в социальных сетях очень нестабильна. Всегда есть подписчики, которые чем-то недовольны: хотят большего или не понимают предложенного.

На первый вопрос «Что в процессе коммуникации в социальных сетях не способствует удовлетворённости пользователя?» были получены следующие ответы (рис. 1).

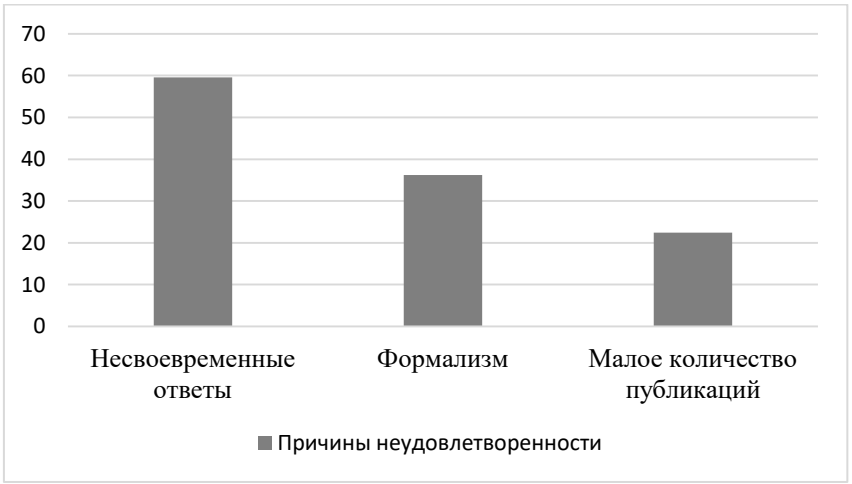


Рис. 1. Результаты ответа на вопрос «Что в процессе коммуникации в социальных сетях не способствует удовлетворённости пользователя?»

Fig. 1. The results of the answer to the question "What in the process of communication in social networks does not contribute to user satisfaction?"

Итак, 59,6 % опрошенных выбрали следующее суждение: «*Несвоевременные ответы со стороны органов власти. Отсутствие возможности быстро и эффективно решить проблемы*».

Важно, что сами государственные и муниципальные служащие в своем большинстве признают недостаточность обратной связи со стороны органа власти. Это объективный критерий, подтверждаемый ответственными за него сотрудниками. Значимо, что респондентами подтверждается малая активность со стороны представителей органов власти. Не своевременность ответов ведет к потере их актуальности, что не способствует решению проблемы, с которой обращается гражданин, и снижает уровень его удовлетворённости самим процессом взаимодействия с власть. На сегодняшний день данный барьер – «слепое пятно», недостаточное проработанное место в процессе коммуникации органов власти с населением.

Вторая по численности группа респондентов (36,2%) отметили следующий барьер: «*Формализм и слишком сухо, официально поданная информация*». Мы считаем положительной тенденцией критичное отношение государственных и муниципальных служащих к качеству собственной речи. Безусловно значимым является то, что они признают необходимость менять формат и стиль дискурса, создающегося в социальных сетях. Проблема архаичной, формально-официальной речи чиновников давно обсуждается в обществе, делаются многочисленные попытки «облегчить и упростить» речь представителей органов власти. Однако, признаем, что сделать это не легко по нескольким причинам.

1) Клишированности и официальности речи в устной форме способствует стандартизованная и унифицированная письменная форма. Нормативно-правовая документация, в целом, весь документооборот может служить примером того, как должна выглядит официальная речь.

2) Существует традиционный язык власти, управления, госслужбы, к которому привыкли и сами чиновники, и гражданское общество. Служащие без опыта первым делом учатся официальному стилю и административно-политическому дискурсу, то есть языку чиновников, политиков, языку власти.

Однако тенденции современной коммуникации [16] свидетельствуют о том, что люди не понимают такого языка. Клиентоцентризм предполагает, прежде всего, взаимодействие между обществом и властью на понятном людям языке. Не граждане должны обучаться официальному языку, а представители властных структур должны уметь так адаптировать административно-политический дискурс, чтобы он перестал быть сухим, бюрократичным и недоступным для понимания. При этом значимо «не свалиться» к разговорному, бытовому общению.

Наименьший процент респондентов (всего 2%) на первый вопрос ответили: «*Недостаточное количество публикаций*».

На второй вопрос «Что в процессе коммуникации в социальных сетях не способствует удовлетворённости государственного или муниципального служащего, ведущего официальный аккаунт?» респонденты ответили следующим образом (рис. 2).

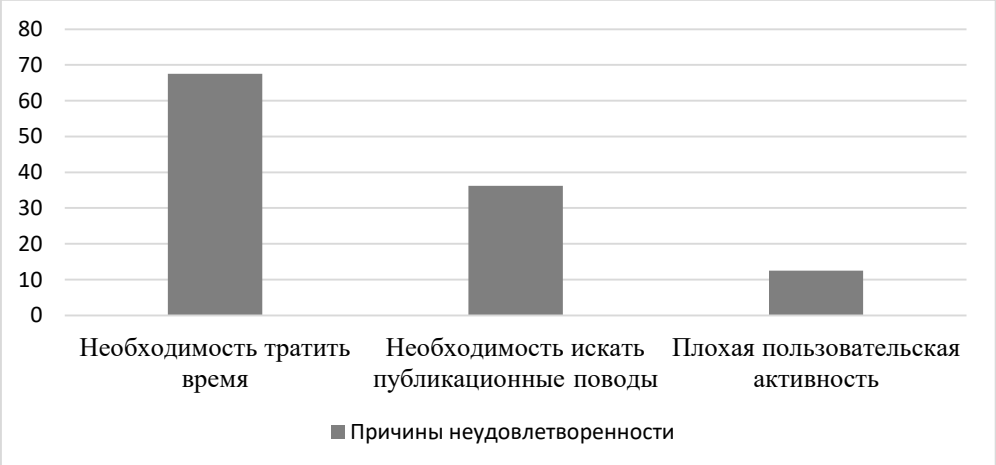


Рис. 2. Ответ на вопрос «Что в процессе коммуникации в социальных сетях не способствует удовлетворённости государственного или муниципального служащего, ведущего официальный аккаунт?»

Fig. 2. The answer to the question "What in the process of communication on social networks does not contribute to the satisfaction of a state or municipal employee who maintains an official account?"

Самый большой процент опрошенных (67,5%) основной причиной собственной неудовлетворенности считают «*необходимость уделять дополнительное время на ведение официальных аккаунтов*». Отметим, что такая закономерность вполне объяснима. Ведение аккаунта – относительно новая должностная обязанность. Ведение не формального, а клиентоцентричного аккаунта, то есть постоянная работа с аудиторией – задача нового формата. Государственные и муниципальные служащие сложно входят в условия трансформации цифрового общения. Цифровое взаимодействие воспринимается как дополнительный и не всегда нужный функционал, за которым не следует дополнительная мотивация (ни материальная, ни какая-либо другая). И, конечно, в большинстве властных структур нет отдельных сотрудников, в чьи обязанности входило бы исключение ведение социальных сетей, это всегда некая «надстройка» к основной профессиональной деятельности.

Меньший процент опрошенных (20 %) считают, что их личная удовлетворённость снижается из-за «*необходимости искать поводы для публикаций*». Данный критерий также связан с потерей времени и с периодическим отсутствием официальных новостей и надобностью «высасывать из пальца» информационные стимулы.

Наименьший процент респондентов (12 %) в качестве причины собственной неудовлетворённости называет слабую пользовательскую активность. Это свидетельствует о том, что аудитория не вовлечена в диалог с представителями органов власти.

Результаты ответа на третий вопрос «Как вы оцениваете уровень доверия к власти со стороны населения (опираясь на опыт общения с гражданами в социальных сетях)?» визуализированы на рис. 3.

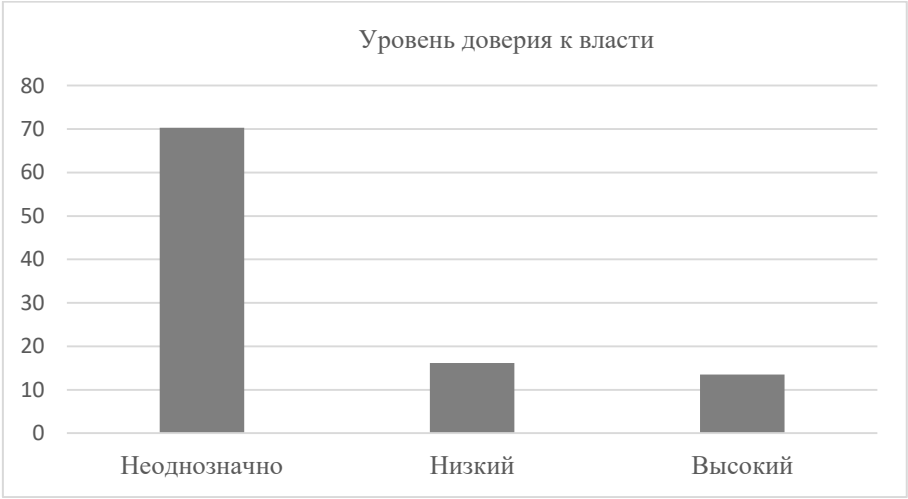


Рис. 3. Ответы на вопрос «Как вы оцениваете уровень доверия к власти со стороны населения (опираясь на опыт общения с гражданами в социальных сетях)?»

Fig. 3. The answers to the question "How do you assess the level of trust in the government on the part of the population (based on the experience of communicating with citizens on social networks)?"

На вопрос «Как вы оцениваете уровень доверия к власти со стороны населения (опираясь на опыт общения с гражданами в социальных сетях)» значимая часть респондентов (70,3 %) заметили: «*Нельзя однозначно оценить уровень доверия к власти со стороны населения. Кто-то благодарен за консультативную помощь, информацию и поддержку. Кто-то ведет себя менее адекватно, высказывает перманентное недовольство*». Во время проблемных дискуссий государственные и муниципальные служащие признавались, что многие пользователи общаются не совсем корректно.

Важно, что 16,2 % опрошенных предполагают: «*Уровень доверия к органу власти в социальных сетях, в целом, можно оценить как низкий. Граждане не демонстрируют открытости, активности или желания взаимодействовать. Если пользователи публикуют комментарии или предложения, они всегда имеют форму претензии или провокации. Складывается впечатление, что целью большинства активных пользователей является фиксация недостатков, недоработок органа власти*». Обратим внимание, что такой ответ не только подтверждает отсутствие доверия к органу власти со стороны граждан, но и об отсутствии доверия самих служащих по отношению к активным пользователям социальных сетей. Значимо, что взаимное недоверие, неуважение, предвзятое отношение, стереотипы обоюдно работают и со стороны органа власти, и со стороны граждан.

Однако близкий к предыдущему показателю процент респондентов (13,5 %) имеет резко противоположное мнение: «*Граждане доверяют органу власти, с представителями которого взаимодействуют, и власти в целом. Они не стесняются задавать вопросы, формулировать предложения, делать комментарии. Большинство пользователей активны и готовы к взаимодействию*». Такая тенденция – показатель клиентоцентричной коммуникации.

Последний вопрос «Как вы оцениваете уровень доверия к населению со стороны власти?» с одной стороны, являлся прямым и открытым. Респонденты могут отвечать на него без особых затруднений, так как это их объективно-профессиональное мнение. Однако разрозненность оценок, признание формализма и демонстративности в общении говорят о том, что во властных структурах процесс налаживания доверия к населению не менее сложен и многофакторен (рис. 4).

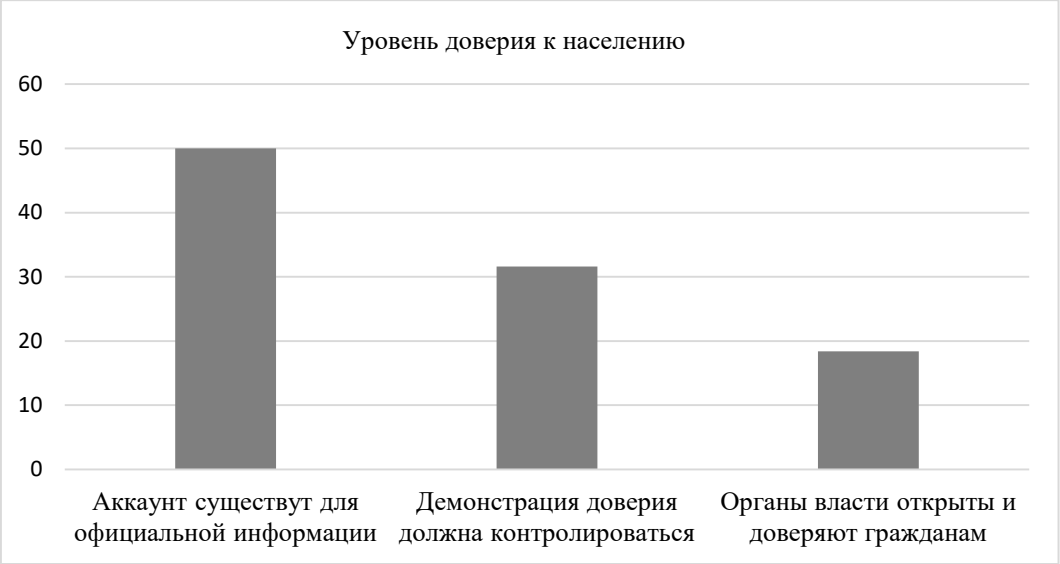


Рис. 4. Ответ на вопрос «Как вы оцениваете уровень доверия к населению со стороны власти?»
Fig. 4. The answer to the question "How do you assess the level of trust in the population on the part of the authorities?"

Половина опрошенных (50 %) считают: «*Аккаунт органа власти ведется для предоставление официальной информации. Новости и публикации направлены на формирование положительного имиджа органа власти и его представителей. Все цели сотрудников, ведущих официальные аккаунты должны быть направлены на формирование положительного образа органа власти*». Можно предположить, что подобный ответ демонстрирует низкий уровень доверия к обществу со стороны органов власти. Государственные и муниципальные служащие убеждены в том, что в прерогативе положительный имидж органа власти, но не открытость и возможность совместно с населением обсуждать насущные проблемы.

Отметим, что 31,6 % респондентов ответили: «*Демонстрация доверия к гражданам со стороны органа власти должна контролироваться. Нет смысла открыто и полностью показывать все процессы. Граждане могут не верно оценить ситуацию, неправильно интерпретировать деятельность властных структур. Важно и нужно в социальных сетях дозированно и выборочно предоставлять информацию населению*». Подобный ответ также не демонстрирует доверия со стороны власти.

И наименьший процент опрошенных (18,4 %) считают: «*Информация, публикуемая в официальных аккаунтах полноценна и проверена. Органы власти доверяют населению и публикуют не только положительные факты, вызывающие оптимистичную реакцию, но и обращают внимание на проблемные вопросы, которые важно решать совместно с населением*». Пока можно констатировать факт, что менее 20 % респондентов организуют и поддерживают открытый диалог с представителями общества, не бояться обсуждать общие проблемы, готовы взаимодействовать «на равных», не замалчивая негативную информацию и не приукрашивая положительные факты.

Выводы

1. Публичность власти в социальных сетях явление относительно новое и находится в стадии своего становления. Государственные и муниципальные служащие, ведущие аккаунты в социальных сетях, без большого энтузиазма относятся к своим обязанностям и не до конца осознают, в чем именно заключается их функция.

2. Особо проблематичным в процессе взаимодействия становится налаживание клиентоцентричной коммуникации, в которой каждый из присутствующих оппонентов уважает другого и открыт к честному диалогу. Сложности возникают с обеих сторон. В этой связи действенным и остро своевременным является реализация дополнительного профессионального образования сотрудников властных структур. К примеру, Южно-Российским институтом управления – филиалом РАНХиГС реализуется дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Эффективная коммуникация власти в социальных сетях». Она направлена на формирование и совершенствование профессиональных компетенций в сфере построения цифровых коммуникаций с жителями территорий, формирования имиджа органов публичной власти и бюджетных учреждений в цифровом медиапространстве. Особо важным, на наш взгляд, является то, что слушателями данной образовательной программы выступают сотрудники пресс-служб органов публичной власти, подведомственных учреждений и сотрудники профильных подразделений органов публичной власти воссоединенных регионов Российской Федерации.

3. К коммуникационным барьерам, разрушающим клиентоцентричность в общении, сами государственные и муниципальные служащие относят: отсутствие времени и, соответственно, несвоевременные и неактуальные для пользователей ответы, наличие формализма и излишней официальности во взаимодействии, мешающие населению понять представителей органа власти, а также недостаточную активность пользователей и проявление перманентной агрессии.

4. Уровень доверия к власти со стороны населения и к населению со стороны власти оценивается неоднозначно. Доверие представляется динамичным и постоянно изменчивым критерием, который по-разному проявляется по отношению к разным властным структурам и органам, а может зависеть и от личных качеств сотрудников и граждан, взаимодействующих в социальных сетях.

Можно с уверенностью утверждать, что тема доверия к власти остается значимой и актуальной. Она требует не только исследовательского внимания, но и практических исследований, ведущих к конкретным рекомендациям оппонентом обеих сторон.

Список источников

1. Егорова Л. Г. Роль региональных СМИ в становлении гражданского общества (на примере информационного сопровождения проектов инициативного бюджетирования) // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. 2021. Т. 7. № 2. С. 185–194.

2. Кузина С. И., Веренич И. Г. Терроризм и СМИ / В книге: Политические вызовы и политический диалог в условиях глобальной турбулентности. Материалы Всероссийской конференции РАПН с международным участием. Москва, 2022. С. 239-240.

3. Balakina J. STATE, MEDIA, PEOPLE DURING COVID-19 PANDEMIC // Communications. Media. Design. 2023. Т. 8. № 1. С. 24–39.

4. Ляликов А. А. Развитие теоретико-методологических подходов государственного управления: от «железной клетки» бюрократии до цифрового управления и клиентоцентричности // Управленческое консультирование. 2023. № 11 (179). С. 149-160.

5. Касымова К. А. Клиентоцентричность как основа трансформации управления в органах государственной власти / В сборнике: Актуальные вопросы экономики и управления в условиях цифровизации. Материалы международной научно-практической конференции, посвященной 105-летию Финансового университета. Смоленск, 2023. С. 145-148.

6. Баранов А. В., Котлярова О. В. Особенности формирования доверия к власти в эпоху цифровых трансформаций (региональная практика Ростовской области) // Государство и граждане в электронной среде. 2022. № 6. С. 53–61.

7. Баранов А. В., Котлярова О. В., Шлеверда И. Н. «МФЦ – общественные приемные органов власти и организаций»: региональная практика управления доверием к власти // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2022. № 1. С. 11–17. https://doi.org/10.22394/2079-1690-2022-1-1-11-17

8. Головина А. А., Котлярова О. В., Баранов А. В. Доверие к власти как основное условие изменения взаимоотношений между государством и обществом / В сборнике: Управление и общество: изменение модели взаимодействия в современных условиях. Материалы XVI Всероссийской научно-практической конференции. Администрация Тамбовской области; Тамбовский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. 2022. С. 13–17.

9. Отвагина И. Е., Корнюшина Е. Ю. Разработка и реализация цифровой информационно-коммуникационной стратегии региона, направленной на повышения уровня доверия к власти // Экономика и предпринимательство. 2021. № 3 (128). С. 371–376.

10. Ронжина Н. А., Малыгина К. Д., Борисов Г. В. Роль Конституционного суда в обеспечении доверия хозяйствующих субъектов к действиям публичной власти // Chronos. 2022. Т. 7. № 10 (72). С. 115–119.

11. Попова О.В. Региональная идентичность населения в контексте реализации политики управления доверием к политической власти в современной РФ / В книге: Россия и политический порядок в меняющемся мире: ценности, институты, перспективы. Материалы IX Всероссийского конгресса политологов. 2021. С. 402–403.

12. Файзов С. А. Доверие как индикатор проблем взаимодействия органов исполнительной власти и общества в современных государствах // Аллея науки. 2021. Т. 1. № 6 (57). С. 642–647.

13. Ильинова Н. А., Куква Е. С., Киреева И. В. Экспертная оценка уровня доверия к власти в республике Адыгея и Краснодарском крае и технологии его укрепления // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2022. № 1 (294). С. 79–92.

14. Красавин П. Е. Динамика уровня доверия к государственным институтам власти в России (на примере Рязанской области) / В сборнике: Стратегия опережающего развития. Сборник статей VI Международной школы молодых ученых в сфере экономики на Юге России. 2019. С. 45–48.

15. Финогенова А. С. Пути повышения уровня доверия граждан муниципальной власти // Вестник Белого генерала. 2021. № 6. С. 44–52.

16. Котлярова О. В. Динамика лексико-грамматической парадигмы административно-политического дискурса // Вопросы филологии. 2017. № 4 (60). С. 21–24.

References

1. Egorova L. G. The role of regional media in the formation of civil society (on the example of information support for initiative budgeting projects). *Scientific notes of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences.* 2021;7(№ 2):185–194. (In Russ.)

2. Kuzina S. I., Verenich I. G. Terrorism and the media. In: *Political challenges and political dialogue in the context of global turbulence. Materials of the All-Russian RAPN Conference with international participation.* Moscow; 2022:239–240. (In Russ.)

3. Balakina J. State, media, people during COVID-19 pandemic. *Communications. Media. Design.* 2023;8(1):24–39. (In Russ.)

4. Lyalikov A. A. Development of theoretical and methodological approaches to public administration: from the "iron cage" of bureaucracy to digital management and client-centricity. *Managerial consulting.* 2023;11(179):149–160. (In Russ.)

5. Kasymova K. A. Client-centricity as the basis for the transformation of management in public authorities. In: *Current issues of economics and management in the context of digitalization. Materials of the international scientific and practical conference dedicated to the 105th anniversary of the Financial University.* Smolensk; 2023:145–148. (In Russ.)

6. Baranov A. V., Kotlyarova O. V. Features of the formation of trust in government in the era of digital transformations (regional practice of the Rostov region). *State and citizens in the electronic environment.* 2022;(6):53–61. (In Russ.)

7. Baranov A. V., Kotlyarova O. V., Shleverda I. N. "MFC – public reception offices of authorities and organizations": regional tactics of trust management to the authorities. *State and Municipal Management. Scholar Notes.* 2022;(1):11-17. (In Russ.). https://doi.org/10.22394/2079-1690-2022-1-1-11-17.

8. Golovina A.A., Kotlyarova O.V., Baranov A.V. Trust in government as the main condition for changing the relationship between the state and society. In: *Management and society: changing the model of interaction in modern conditions. Materials of the XVI All-Russian Scientific and Practical conference.* Administration of the Tambov Region; Tambov branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 2022:13–17. (In Russ.)

9. Bravagina I. E., Kornyushina E. Yu. Development and implementation of the digital information and communication strategy of the region aimed at increasing the level of trust in the government. *Economics and entrepreneurship.* 2021;3(128):371–376. (In Russ.)

10. Ronzhina N. A., Malygina K. D., Borisov G. V. The role of the Constitutional Court in ensuring the confidence of economic entities in the actions of public authorities. *Chronos.* 2022;7(10(72)):115–119. (In Russ.).

11. Popova O. V. Regional identity of the population in the context of the implementation of the policy of managing trust in political power in the modern Russian Federation. In: *Russia and the political order in a changing world: values, institutions, prospects. Materials of the IX All-Russian Congress of Political Scientists.* 2021:402–403. (In Russ.)

12. Fayzov S.A. Trust as an indicator of problems of interaction between executive authorities and society in modern states. *Alley of Science.* 2021;1(6(57)):642–647. (In Russ.)

13. Ilyinova N. A., Kukva E. S., Kireeva I. V. Expert assessment of the level of trust in the government in the Republic of Adygea and the Krasnodar Territory and technologies for its strengthening. *Bulletin of the Adygea State University. Series 1: Regional Studies: philosophy, history, sociology, law, political science, cultural studies.* 2022;1(294):79–92. (In Russ.)

14. Krasavin P. E. Dynamics of the level of trust in state institutions of power in Russia (on the example of the Ryazan region). In: *The strategy of advanced development. Collection of articles of the VI International School of Young Scientists in the field of economics in the South of Russia*; 2019:45-48. (In Russ.)

15.Finogenova A. S. Ways to increase the level of trust of citizens in municipal authorities. *The Herald of the White General.* 2021;(6):44–52. (In Russ.)

16. *Kotlyarova O. V.* Dynamics of the lexico-grammatical paradigm of administrative and political discourse. *Journal of Philology.* 2017;4(60):21–24. (In Russ.)

Информация об авторе

А. В. Баранов – зам. директора ЮРИУ РАНХиГС.

Information about the author

A. V. Baranov – Deputy Director of South-Russia Institute of Management – branch of RANEPA.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 05.08.2024; одобрена после рецензирования 25.08.2024; принята к публикации 26.08.2024.

The article was submitted 05.08.2024; approved after reviewing 25.08.2024; accepted for publication 26.08.2024.