



Научная статья
DOI [10.19181/nko.2025.31.1.6](https://doi.org/10.19181/nko.2025.31.1.6)
EDN [RMGDGN](https://edn.rmgdgn.ru)
УДК 316.422



И. С. Терашкевич¹

¹ Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, Россия

САМОРЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ ВО «ВКОНТАКТЕ»: РУТИНИЗАЦИЯ И ПОТЕРЯ АУТЕНТИЧНОСТИ

Аннотация. В статье представлено исследование коммуникативных практик организаций социальной сферы во «ВКонтакте» после принятия закона о госпабликах. На материале качественного исследования сообществ города Печоры (Псковская область) выявлены ключевые тенденции изменений саморепрезентации локальных сообществ в цифровом пространстве. Исследование проведено в парадигме цифровой антропологии с опорой на теорию полимедиа Д. Миллера и М. Мадриану и концепцию полимедийного репертуара К. Тагг и А. Лайонс. Для эмпирического исследования были отобраны три сообщества небольшого регионального города, проведён хронологический анализ их постов, а также серия полуструктурированных интервью с администраторами этих сообществ. Особое внимание уделено влиянию единых централизованных, спущенных «сверху» требований на практики создания контента и последствиям этой стандартизации. Выявлено противоречие между декларируемой целью создания пабликов, как открытых каналов коммуникации, и фактическим результатом в виде формального выполнения требований через публикацию стандартизированных выхолощенных текстов, транслирующих повседневную рутину внутри организации и за её пределами, что часто не вызывает отклик аудитории. При этом аутентичные способы создания оригинального контента, основанные на творческом подходе администраторов, вытесняются, несмотря на их большую эффективность в привлечении аудитории. Отмечены следствия тенденции привлечения к администрированию рядовых сотрудников без специальных навыков, что увеличивает их рабочую нагрузку при одновременном снижении вовлеченности пользователей, а также ускоряет процессы алгоритмизации и формализации контента.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая антропология, полимедиа, госпаблик, локальные интернет-сообщества, цифровая коммуникация

Для цитирования: Терашкевич И. С. Саморепрезентация организаций социальной сферы во «ВКонтакте»: рутинизация и потеря аутентичности // Наука. Культура. Общество. 2025. Т. 31, № 1. С. 71–84. DOI [10.19181/nko.2025.31.1.6](https://doi.org/10.19181/nko.2025.31.1.6). EDN [RMGDGN](https://edn.rmgdgn.ru).

Благодарность: Исследование выполнено за счёт гранта Российского научного фонда № 24-18-00261, <https://rscf.ru/project/24-18-00261/>

Введение. В 2022 году в РФ был принят так называемый «закон о госпабликах»¹, который обязал органы местного самоуправления, подведомственные организации и суды вести официальные страницы в социальных сетях «ВКонтакте» или «Одноклассники». Планировалось, что это сделает госорганизации более открытыми для коммуникации, обратной связи и будет способствовать

¹ Имеются в виду изменения в Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» от 09.02.2009 № 8-ФЗ, зафиксированные в Распоряжении Правительства РФ от 02.09.2022 № 2523-р.

© Терашкевич И. С., 2025

информированности граждан². В научных публикациях [1; 2; 3] феномен госпабликов осмысливается преимущественно через термины, которые российский социолог Д. В. Иванов называет частью «менеджериально-административного дискурса цифровизации» [4]. В отмеченных выше текстах авторы не проблематизируют феномен госпабликов, оценивая его с позиций вышестоящих менеджеров [1; 2; 3]: немногочисленные попытки проведения интервью ограничиваются «руководителями цифровой трансформации» или «представителями региональных и муниципальных органов власти» [3, с. 260]. Сообщества государственных организаций и подведомственных учреждений интерпретируются в них лишь как инструмент, с помощью которого государственные структуры коммуницируют с гражданами. Однако, важно учитывать, что многие госпаблики до 2022-го года существовали как самостоятельные сообщества «ВКонтакте», контент в которых создавался и публиковался зачастую инициативно, на основании личных навыков, эстетических предпочтений и творческих решений администраторов. Коммуникация с пользователями строилась менее формально и была направлена на выполнение ситуативных задач. В местных сообществах школ, библиотек, домов культуры публиковались посты, с помощью которых администратор мог пригласить пользователей на ближайшее мероприятие, рассказать о прошедшем событии, провести конкурс и другим нерегламентированным способом взаимодействовать с аудиторией.

На наш взгляд, появление «госпабликов» – это следствие технократического тренда на цифровизацию, который зачастую сводится к прямому переносу традиционных структур в виртуальную среду. При этом замещение проводится с максимальной унификацией для облегчения сбора статистики и алгоритмизированного управления. Тенденция охватывает не только процессы цифровизации на государственном уровне, к которым относится развитие сообществ государственных организаций, но и другие локальные интернет-сообщества.

В рамках проводимого исследования принимается в расчёт и проблема сохраняющегося цифрового разрыва, выражающегося в данном контексте не в технологическом оснащении, но в меньшем вовлечении регионов в виртуальную социализацию по мере удаления от центров урбанизации. В этой связи для эмпирического рассмотрения был выбран небольшой, относительно удалённый от центра региональный город Печоры (Псковская область), где можно увидеть как паблики локализуются в определённом сообществе.

Как было отмечено выше, для ведения официального сообщества Федеральный закон предлагает учреждениям выбор между социальными сетями «ВКонтакте» и «Одноклассниками». Часть организаций публикует идентичные посты на обеих площадках, но ведение паблика только на «Одноклассниках» редко выбирают из-за разницы в уровне популярности. Так, по данным Ассоциация Коммуникационных Агентств России «ВКонтакте» стал самой популярной социальной сетью в России, к концу 2024 года его средняя месячная аудитория по стране достигла 88,1 млн пользователей³. «Одноклассники» занимают в этом рейтинге по итогам 2024 года лишь седьмую строчку (среднемесячная аудитория – 36 млн), упав по сравнению с 2023 годом на три позиции. Для

² В России вступил в силу закон об обязанности госорганов вести страницы в соцсетях // ТАСС. 01 декабря 2022. URL: <https://tass.ru/obschestvo/16469577> (дата обращения: 20.10.2024).

³ Лысова А. Аудитория девяти крупнейших социальных сетей в России в 2025 году: исследования и цифры // Rrc.world. 27 января 2025. URL: <https://ppc.world/articles/auditoriya-vosmi-krupneyshih-socsetey-v-rossii-issledovaniya-i-cifry/> (дата обращения: 04.02.2025).

примера: в сообществе Печорской гимназии в «Одноклассниках» посты выходили до апреля 2023-го года, а затем – перестали. Причина в низкой активности пользователей: «Никому он [публик] не нужен» – пояснил в интервью один из администраторов. В «Одноклассниках» у Печорской гимназии меньше сотни подписчиков, при том, что во «ВКонтакте» их почти две тысячи. Из-за низкой активности пользователей в «Одноклассниках» и малой представленности там официальных пабликов, для исследования были отобраны сообщества «ВКонтакте», как более популярной платформы.

Приблизительно с 2020 года сообщества «ВКонтакте» города Печоры с помощью гиперссылок и хэштегов включаются в медиасеть других сообществ, что приводит к трансформации способов создания и публикации контент. Поэтому, в предлагаемом тексте мы рассматриваем не только госпаблики, но используем более широкую категорию – сообщества организаций социальной сферы «ВКонтакте». Под понятием «организация социальной сферы» подразумеваются местные государственные и негосударственные организации, которые ведут социально-значимую деятельность. Виртуальные сообщества этих организаций становятся платформой для коммуникации между самой организацией, местными жителями и другими пользователями социальной сети. В программе исследования был сформулирован исследовательский вопрос: «Как организации социальной сферы репрезентируют себя в социальной сети “ВКонтакте?”».

Обзор литературы. Мы считаем, что феномен госпабликов на текущий момент недостаточно осмыслен в отечественной научной литературе. Большинство публикаций по этой теме осмысливают госпаблики через призму государственного управления, описывая их как «официальные сообщества организаций» – некую цифровую технологию, с помощью которой происходит коммуникация между государственной властью и населением, а также осуществляется контроль за деятельностью органов власти со стороны граждан. Подобные исследования невольно воспроизводят официальный дискурс цифровизации, в рамках которого госпаблики – это часть некой позитивной цифровой трансформации. Например, А. С. Никитина и Т. Е. Зерчанинова делают вывод о том, что «цифровые решения позволяют повысить прозрачность и эффективность деятельности органов власти, уровень доверия между властью и населением, качество эффективных коммуникаций между властью и обществом» [5, с. 154]. А. А. Федоровских и М. М. Хусаинова также рассматривают госпаблики как инструмент коммуникации, с помощью которого создаётся «сеть достоверной информации», что приводит «к повышению открытости органов власти, формированию лояльной аудитории и развитию гражданского общества» [2, с. 303]. Похожий вывод делает А. Н. Скокова: «Присутствие власти в социальных сетях, мессенджерах, на интернет-порталах позволяет гражданам быть сопричастными в решении социально значимых вопросов...» [6, с. 101]. В то же время исследователи Г. О. Панфилов и А. В. Чугунов дают иную интерпретацию и показывают, что подобные проекты электронного участия скорее направлены на «повышение политической управляемости региональных органов власти» [7, с. 261].

Среди существующих рисков системы госпабликов акцент чаще всего делается на недостаточном количестве квалифицированных сотрудников, которые владели бы необходимыми навыками ведения соцсетей [2; 5; 6].

Отдельно стоит отметить, что методология этих текстов как правило ограничивается количественными исследованиями и проведением экспертных интер-

вью с руководителями «цифровой трансформации». Опыт пользователей и администраторов, которые ведут госаблики, на наш взгляд не получает должного внимания. Анализ опыта пользователей ограничивается анализом уровня вовлечённости в сообщество [1].

Представленный текст встраивается в существующую дискуссию, однако предлагает несколько иной подход: критически отнестись к цифровой трансформации и проблематизировать статус госаблика как «инструмента коммуникации», который выполняет некие официальные задачи. Мы предлагаем посмотреть на госаблики и иные сообщества организаций скорее как на «живые» сообщества. Посты в этих сообществах публикуются и читаются не абстрактной «организацией» и «аудиторией», а конкретными сотрудниками, которые могут разным образом создавать посты, и реальными пользователями – родителями учеников, читателями библиотеки и газеты и т.д.

Теоретические основания и методы исследования. Для рассмотрения обозначенной темы было проведено качественное эмпирическое исследование, опирающееся на традицию цифровой антропологии [8]. В рамках этой парадигмы исследователь пространственно или «виртуально» перемещается в своё «поле»: как правило, это небольшой город или другое физически существующее место. Анализируется то, как пользователи задействуют цифровые платформы в различных культурных контекстах. Представители этого подхода – Д. Миллер и М. Мадриану. Миллер пишет о том, что спецификой антропологического подхода к исследованию «цифрового» (технологий, медиа и т.д.) заключается в том, что антропология отказывается от универсальных категорий и стремится к нахождению локальных территориальных особенностей в использовании цифровых технологий: в зависимости от контекста технологии могут использоваться по-разному, так как онлайн и офлайн пространства связаны друг с другом [9].

Миллер и Мадриану на основе собственных полевых исследований разрабатывают теорию полимедиа [10]. Основная идея заключается в том, что медиа (различные цифровые технологии и программное обеспечение, которые опосредуют коммуникацию) рассматриваются не по отдельности, а как единая совокупность. Электронная почта, мессенджеры, социальные сети, сервисы для видео- и аудиозвонков, телефон и персональный компьютер – интегрированная среда аффордансов [11], которая определяет коммуникативный опыт, усиливает или ослабляет эффекты коммуникации: выбор медиа может задавать темпоральность коммуникации, позволяет создать дистанцию между собеседниками, контролировать уровни интимности [12; 13; 14; 10; 15]. Разные медиа применяются пользователями для разных практик, требующих больше или меньше сенсорной информации.

Идеи Миллера и Мадриану развивают К. Тагг и А. Лайонс [16], применяя и интерпретируя концепцию семиотического репертуара [17]. Семиотический репертуар позволяет рассматривать не только язык или жесты в отдельности, а весь набор семиотических ресурсов, которые индивид использует в зависимости от контекста – модальности. Такой подход позволяет «схватывать» больше семиотических высказываний, так как анализирует не только язык, но и жесты, использование материальных объектов и т.д. Если Миллер с Мадриану фокусировались на последствиях выбора того или иного медиа, то Тагг и Лайонс пытаются понять, как этот выбор влияет на семиотические ресурсы: лексику,

знаки препинания, эмоджи и пр. Вырисовывается сложная схема: пользователь в зависимости от своей практики выбирает устройство (например, смартфон или компьютер), затем платформу с набором «возможностей», это задаёт «модальность», которая в итоге определит набор «знаков».

В ходе исследования были отобраны сообщества города Печоры в популярной социальной сети «ВКонтакте». Выбор пал на такие паблики как: «Печорская правда» (9122 подписчика⁴, дата создания сообщества: 12.04.2019) – сообщество местной газеты, в котором публикуются городские новости; «МБОУ Печорская гимназия» (1817 подписчиков, дата создания сообщества: 02.05.2020) – официальное сообщество школы, в котором через посты транслируется школьная повседневность; и «Печорская районная библиотека» (865 подписчиков, дата создания: 31.10.2012) – официальное сообщество библиотеки, наиболее старое из представленных. Критерий отбора – разное количество подписчиков и наличие доступа к информантам. Было выбрано одно из самых больших сообществ города, одно из самых маленьких, и со «средним» количеством подписчиков.

Сбор данных проходил с помощью цифровой этнографии [18]: хронологически просматривалась лента в сообществах, начиная с самых первых публикаций до последних на момент проведения исследования (весны 2024-го года). Это была неформализованная процедура, поэтому трудно реконструировать точное количество просмотренных публикаций: в сообществе «МБОУ Печорская гимназия» это публикации с 2020-го года, в «Печорской правде» с 2019-го, и в «Печорской районной библиотеке» с 2012-го. Как правило, у публикации в определённый временной период есть определённый паттерн: у постов по-разному структурируется текст, разный объём, наличие или отсутствие иллюстрации. В ходе просмотра ленты можно наблюдать, как этот паттерн меняется: появляется пост, который отличается от всех предыдущих. На подобных постах, чей паттерн выбивается из ранее увиденного, приходилось останавливаться более подробно, чтобы понять как они устроены (что изменяется в структуре текста, какие изображения появляются или исчезают; устойчивы ли эти изменения и т.д.), затем проинтерпретировать и объяснить изменения. По ходу просмотра ленты делались краткие записи с описанием постов и расписыванием начальных гипотез и интерпретаций.

Затем с администраторами сообществ проводились полуструктурированные телефонные интервью: всего проведено 5 экспертных интервью длительностью от 20 минут до часа. Критерием отбора была роль администратора: в сообществе школы и газеты были выбраны сотрудники, которые отвечают за публикацию большей части контента, и их можно назвать «главными». Два интервью с администраторами сообщества «МБОУ Печорская гимназия»: один администратор из школы редактирует и публикует большую часть контента, а второй отправляет посты на модерацию через «Госуслуги». Два интервью с бывшим и нынешним⁵ администраторами сообщества «Печорская правда», которые, по сути, в одиночку публиковали весь контент. В сообществе библиотеки роли распределяются иначе, там больше администраторов, каждый из которых отвечает за «свою» тему. Информантом стал один из сотрудников, который, как и его коллеги, публикует посты в сообщество и параллельно администрирует сайт. С накоплением определённого объёма данных заметки и интервью перечитывались

⁴ Данные о подписчиках актуальны на момент апреля 2024-го года.

⁵ «Нынешним» на момент апреля 2024-го года.

и проводилась процедура открытого кодирования: фрагменты текста получали коды, сравнивались друг с другом, объединялись в категории, что позволило сделать ряд общих выводов.

Роль «центра» в администрировании сообществ: рекомендации и курсы как способ овладения семиотическим репертуаром. Значимую роль в том, как именно сообщества социальной сферы репрезентируют себя в социальной сети «ВКонтакте» в последние годы, играют ограничения и правила, которые задаются вышестоящим руководством (условным «центром»), а также обучение администраторов. Правила могут быть как жёсткими (например, чёткий график выхода постов или публикация постов через «Госуслуги»), так и мягкими (например, рекомендации по оформлению текста). Обучение представляет собой прохождение соответствующих курсов и заимствование «*фишек*» из «сообществ-эталонов» – сообществ организаций, которые с точки зрения «центра» эффективно публикуют информацию и взаимодействуют с аудиторией.

С помощью рекомендаций и курсов администраторы осваивают то, что мы будем называть «семиотическим репертуаром» – конфигурацию знаков, из которой выстраивается оформление страницы и публикаций. Это может быть определённая структура поста с разбиением на короткие абзацы или единое цветовое оформление изображений в сообществе.

С помощью правил, рекомендаций и обучения «центр» контролирует содержание публикаций в сообществе, стремится к эффективному, с его точки зрения, распространению информации и включает сообщества в единую сеть. Например, базовым правилом в сообществах госорганизаций («МБОУ Печорская гимназия» и «Печорская районная библиотека») является публикация постов через «Госуслуги»: ответственный администратор отправляет пост на проверку модератору, и лишь после одобрения он публикуется в сообществе. В разделах госпабликов (сгруппированных виджетах, которые видны при заходе на страницу) должны присутствовать ссылки на отдельные «Госуслуги» (например, в «Печорской гимназии» это «*Сообщить о проблеме*», «*Запись в кружок*»), телефоны экстренных служб, а в «Подробной информации» должны быть прикреплены контакты организации.

Сервис «Госуслуги» таким образом позволяет вести учёт за количеством публикаций в сообществе, контролировать их содержание и централизованно публиковать посты, посвящённые федеральным и региональным проектам:

«Есть определённые статьи, которые они рекомендуют нам разместить. [...] Некоторые посты они сами публикуют прямо как модераторы. Рассылают по группам...» (администратор 3, жен.)⁶.

В то же время, в сообществах госорганизаций (школы и библиотеки), согласно интервью с информантами, нет правил и рекомендаций по оформлению текста: администраторы вправе свободно создавать посты, подбирая собственные конфигурации семиотических ресурсов. Тем не менее, просматривая посты в хронологическом порядке можно выделить определённые способы создавать контент в сообществе. Мы предполагаем, что это достигается с помощью обучения.

Обучающие программы для сотрудников учреждений, ведущих официальные сообщества, существуют в разных форматах: например, видеокурс «Ака-

⁶ Здесь и далее цитаты из интервью в целях анонимизации обозначаются с указанием присвоенного номера и пола администратора.

демия госпабликов»⁷, сайт «Госпаблики России»⁸, упоминаемое информантами сообщество «Госпаблики – Лучшее»⁹.

«Да, я, конечно, прохожу курсы...» (администратор 1, жен.).

В описанном администратором сообществе регулярно публикуются советы по эффективному администрированию госпабликов. Например, размещена серия видеоуроков с краткими советами по общему ведению страницы, оформлению текста и постов. Есть видео, посвящённые фотографиям, тексту, «брендингованию» и т.д. Следование многим из приведённых в видеороликах советов, мы наблюдали в ходе хронологического анализа постов в сообществах «Печорской гимназии» и «Печорской районной библиотеки». В частности, рекомендациям: «используйте собственный визуальный контент», «самый важный акцент должен быть в начале текста», «делите ваш контент на рубрики; рубрикатор можно представить в виде хэштегов». Советы в роликах дополняются ссылками на сообщества-эталоны, из которых администраторы могут заимствовать успешные решения. Например, комментарий: «Администрация Брянского района одноимённой области вынесла рубрикатор в отдельный лонгрид»¹⁰. Перечисленные выше обучающие сайты организованы АНО «Диалог» (и её «дочкой» АНО «Диалог-регионы») – официально созданной для курирования цифровизации обратной связи между населением и властью. Таким образом, непосредственно в ходе обучения, администраторы подстраиваются под официальные правила «центра» и осваивают семиотический репертуар SMM-администрирования.

В сообществе «Печорской правды» администраторы должны соблюдать гораздо больше рекомендаций по оформлению страницы сообщества и публикаций: текст должен быть «не очень большой», делиться на короткие абзацы, необходимо использовать эмоджи и прикреплять фотографии в горизонтальном виде. Есть также правила по графику выхода постов: минимум 4 поста в день, между постами должен проходить минимум 1 час; нельзя делать репосты публикаций, но можно ставить ссылки на них, перерабатывая оригинальный текст. Администратор из «центра» имеет возможность публиковать посты (как правило, рекламные) или удалять комментарии, нарушающие правила сообщества.

Правила, рекомендации и официальное обучение приводят к тому, что сообщества становятся ретрансляторами социальной жизни в организациях (как в случае с «Печорской гимназией» и «Печорской районной библиотекой») и за её пределами (как в случае с «Печорской Правдой»). Администраторы осваивают семиотический репертуар, который направлен на регулярную публикацию постов, созданных с помощью определённых приёмов, то есть на стандартизацию контента. Подобный подход нацелен не на создание уникальных публикаций, а на трансляцию событий в форме единообразных постов, созданных по определённому алгоритму.

Потеря аутентичности» и возникновение «постов-отчётов». Подобное мы назовём «потерей аутентичности» – процессом, в ходе которого традиционные для сообщества способы создания контента, заменяются инструментари-

⁷ Академия госпабликов. URL: <https://edu.dialog-regions.ru/gospublic> (дата обращения: 04.02.2025).

⁸ Госпаблики России. URL: <https://gospabliki.ru> (дата обращения: 04.02.2025).

⁹ Госпаблики – Лучшее. URL: <https://vk.com/gospubest> (дата обращения: 20.10.2024).

¹⁰ Брендинг в госпабликах: [видео] // ВКонтакте. URL: https://vkvideo.ru/video-216307558_456239063 (дата обращения: 04.02.2025).

ем, предложенным «центром». Этот инструментарий предполагает эффективные, стандартизованные способы создавать и публиковать контент, который, на практике, не приводит к отклику аудитории, а создаёт серии однотипных, выхолащенных «постов-отчётов». В то же время, в сообществах исторически существуют «аутентичные» способы создавать контент. Способы, которые задействуют творческие способности администратора, и могут вызывать реакцию со стороны аудитории.

При анализе в рассматриваемых сообществах публикаций с 2020 по 2024 годы, можно выделить некоторые тенденции. Во-первых, начиная с 2020 года в текстах постепенно появляется общая структура: заголовок, который кратко дублирует содержание остального текста; текст разбивается на небольшие абзацы в несколько строк. Во-вторых, в постах начинают использоваться эмоджи и хэштеги, чтобы сделать текст более выразительным, тематически разделить посты и включить их в сеть других сообществ. В-третьих, в постах используются фотографии, сделанные сотрудниками организации в ходе мероприятий. В-четвёртых, у всех сообществ появляется «шапка» (фоновая область над названием и информацией о сообществе), заполненные разделы, прикреплённые виджеты.

Хронологически просматривая посты, можно увидеть аутентичные методы создания и оформления контента. В «Печорской районной библиотеке» до 2020 года большинство постов – это изображения, связанные с книжной и библиотечной эстетикой, взятые из интернета или из других тематически близких сообществ. Тексты лаконичны: администратор в нескольких предложениях приглашает поучаствовать в мероприятии, или рассказывает о поступлении новой книги. В период с 2020 по 2022 годы сообщество меняется: появляется всё больше подробных «отчётов» с прошедших мероприятий – длинных текстов с чёткой структурой, фотографиями, большим количеством эмоджи и т.д. С помощью хэштегов, ссылок и репостов увеличивается количество упоминаний областных и региональных проектов, что позволяет включить посты в широкую сеть.

Подобный процесс можно наблюдать в сообществах «Печорской гимназии» и «Печорской правды». В «Печорской гимназии» до февраля 2021 года посты выходили не регулярно, текст не делился на абзацы, мог быть размером в несколько сотен слов; иногда встречалось использование картинок из интернета, или публикация изображения без какого-либо текста. Также в «Печорской гимназии» периодически выходили посты, посвящённые 8 марта, дню учителя, 9 мая и другим праздникам. Обычно в таких постах представлены фотографии и видеозаписи, сделанные школьниками, родителями, выпускниками. Во время пандемии, в 2020–2021 годах созданы серии постов, посвящённых «последнему звонку» и «вечеру встречи». Они выстроены таким образом, что хронологически повторяют события мероприятия. Первый пост работает как начало мероприятия (из-за пандемии «последний звонок» пройдёт в дистанционном формате), далее «автор» обращается к выпускникам, педагогам и родителям, предоставляет слово директору и далее. Это сознательное творческое решение, которое родилось в кризисный момент пандемии и выполняло определённую задачу: провести «праздник» в дистанционном формате. При этом подобная серия постов не только задействует навыки администратора, но и требует активности аудитории.

В Печорской гимназии долгое время новости публиковались на сайт (до того, как к нему стали предъявляться более строгие требования). Существо-

вал также формат блогов на платформе от Google, в котором каждый класс публиковал информацию о себе, участвовал в школьных конкурсах фотографий. В 2021 году у школы появляется страница в Instagram¹¹, на которой освещалась школьная жизнь «изнутри»:

«У нас такой контент интересный был в Инстаграме. [Имя учителя] вела. Туда выкладывались всякие там рилсы... Неформальная такая была группа, да, не гос... Ну не через госуслуги была пропущена, да? Было очень много подписчиков, было клёво...» (администратор 1, жен.).

Специфические навыки и творческий подход конкретного учителя позволили создать сообщество, способное привлечь учеников, выпускников и учителей. Однако, для официального сообщества подобный неформальный подход не подойдёт:

[Отвечая на вопрос, можно ли вести сообщество школы, как страницу в Инстаграме] *«Ну нет, понимаешь, у нас все-таки «ВКонтакте» – это официальная страница «Печорской гимназии». Она, конечно, не для документации, но она и не для такого увеселительного контента»* (администратор 1, жен.).

В случае «Печорской Правды» сначала (в 2019-ом году) выходили «простыни» текста – длинные посты, которые часто копировали статьи из газеты (с указанием авторства): в них не было деления на абзацы, эмоджи, иллюстраций, посты также выходили нерегулярно. Первый администратор воспринимал сообщество как продолжение газеты, подходу к созданию постов скорее как журналист и редактор. У него даже были творческие замыслы создания канала в Telegram:

«[...] это более серьёзная штука, она более склонна к анализу и более аналитическая, и там уже можно было бы поиграть смыслами» (администратор 2, муж.).

С начала 2024 года в газету приходит новый главный редактор. Она, в ходе администрирования, делает акцент на коммуникации с аудиторией, сравнивая сообщество «Печорской правды» с сообществами по типу «Подслушано в...», где пользователи сами могут предлагать посты, что является принципиально иным способом администрирования. При ней форма постов окончательно стандартизируется: текст начинает дробиться на фрагменты, активно используются эмоджи, хэштеги, фотографии с мероприятий, оформление страницы с помощью виджетов и разделов.

Роль пользователей-администраторов: «готовые решения» и «ошибки» в ходе администрирования. Аутентичные способы создания контента – это часть того, что мы будем называть готовыми решениями. Учителя, журналисты, библиотекари, привлечённые к ведению официальных сообществ, – это в большинстве своём обычные пользователи, не имеющие специфических познаний в SMM (social media marketing) и администрировании. Когда они получают статус администраторов, им изначально самим приходится придумывать способы создавать и публиковать контент. Социолог Э. Свидлер пишет, что в периоды так называемых «нестабильных культур» (unsettled cultures) происходит культурный шок, за которым следует борьба различных идеологий, предлагающих различные «стратегии действия» [19]. Ситуация, когда от людей, не владеющих соответствующими навыками, требуют администрировать сообщества – это си-

¹¹ Холдинг Meta, куда входит Instagram, 21 марта 2022 года признан экстремистской организацией, чья деятельность запрещена на территории РФ.

туация своеобразного культурного шока, которая заставляет искать стратегии действия. В этот момент предыдущий опыт пользователя позволяет находить готовые решения, то есть посты приобретают привычную администратору форму. Например, объёмный газетный текст без изменений переносится в пост или же серия постов хронологически повторяет мероприятие в школе.

В большинстве сообществ есть несколько администраторов с разными ролями, однако есть «главные», координирующие создание постов. Администратор получает от сотрудников или читателей текст, который может быть отредактирован и опубликован, либо сначала отправлен на модерацию через «Госуслуги». Посты приходится создавать быстро: большинство информантов не пользуются текстовыми редакторами, используя смартфон, напрямую вписывая или копируя текст в «отложенный пост» – аффорданс, позволяющий редактировать текст публикации и откладывать время её выхода. Подобный подход позволяет быстро собирать информацию (в случае газеты) и координировать процесс создания постов между сотрудниками организации (в случае школы и библиотеки). Смартфон также позволяет собирать информацию из других сообществ района:

«Я подписана на огромное количество групп. Конечно, у меня просто выплывает в ленте, что вот там-то состоялось то-то, было то-то» (администратор 1, жен.).

«И конечно, я в режиме двадцать четыре на семь просматриваю ленту. Я подписана на все группы всех организаций Печорского район» (администратор 4, жен.).

Однако, подобный подход ведёт и к тому, что мы назовём «ошибками»¹². Например, к путанице понятий. В ряде публикаций в сообществе школы во время пандемии долгое время вместо понятия «онлайн» писалось «офлайн». И пост, в котором говорилось о невозможности личной встречи из-за пандемии, превращался в: «Ребята мечтали прийти в школу в роли выпускников. К сожалению, очно пока это невозможно. Но мечты должны сбываться... хотя бы в офлайн формате!». Некоторые англоязычные термины могут быть неправильно написаны: в одном из постов школы, например, VR (virtual reality) записано как «Viag». Иногда «ошибки» вызывают реакцию со стороны пользователей и приводят к редактированию поста. В «Печорской правде» это грамматические ошибки:

«Опубликовала чей-то материал, а там оказалось есть грамматические ошибки. И обвинили в этом меня» (администратор 4, жен.).

В случае школы последствия могут быть более серьёзными: неправильное написание имени ученика или его не-упоминание может вызвать негативную реакцию со стороны родителя.

Иногда «ошибки» проявляются в отсутствии базовых навыков. Например, один из информантов забывает нажать кнопку «ответить»:

«У меня до сих пор есть такое, что я захожу дать ответ и путаю, например, даю ответы не от газеты, а от себя...» (администратор 4, жен.). В этом случае пользователь не получит уведомление об ответе.

В разделах сообществ могут находиться старые статьи с неактуальной информацией: в школе и библиотеке они не обновлялись и не дополнялись 4 года. В «Печорской гимназии» есть ссылка на сообщество, которое было приурочено к определённому мероприятию, однако страница полностью пуста, и там один

¹² В данном случае слово «ошибка» следует воспринимать как аналитическую категорию.

участник – администратор. В «Печорской правде» долгое время существовала снятая *вертикально* видеозапись, в которой подводили итоги розыгрыша 5 килограммов сахара и трёх книги (сейчас это видео удалено).

Заключение. В рамках модели, которая представлена в этой работе, на то как организации социальной сферы репрезентируют себя в социальной сети «ВКонтакте», влияют две стороны: «центр» и пользователи-администраторы на местах. «Центр» фактически воспроизводит доминирующий менеджериальный дискурс цифровизации, с помощью рекомендаций, курсов, сообществ-эталонов задавая правила администрирования. Правила, которые задаёт «центр», подразумевают, что сообщество должно эффективно «продвигать» себя, привлекать аудиторию, но это приводит лишь к соблюдению формальных требований: регулярному созданию стандартизованных однообразных постов.

Формальные требования, курсы и рекомендации, подражание сообществам-эталонам приводят к потере аутентичности: привычные в организациях способы создавать контент заменяются «постами-отчётами» – бесконечному потоку однообразных текстов, соответствующих единой формальной структуре. Спешка, совмещение с основными обязанностями, недостаток навыков сводят создание постов к трансляции повседневной рутины, в большинстве случаев не задействуя творческие способности администраторов и почти не вовлекая аудиторию. При этом зачастую прежние авторские методы создания контента, личные творческие инициативы выполняли требуемые задачи информирования, нередко вызывали отклик аудитории, но не вписывались в предлагаемый «центром» формат.

В качестве администраторов региональных сообществ, как правило, выступают рядовые сотрудники организации, не обладающие профильными SMM-навыками, зато, помимо задач по сбору информации и оформлению постов, имеющие основные рабочие обязанности. Из-за спешки и отсутствия базовых навыков в администрировании возникают «ошибки».

Можно говорить о том, что правила, предлагаемые «центром», приводят к унификации и стандартизации контента, что напрямую влияет на репрезентацию сообществ: пользователь, заходя на страницу, видит посты, формально вписывающиеся в представление о сообществе, как об открытом инструменте коммуникации. Тексты постов, прикреплённые изображения, оформление страницы и прочие элементы чаще всего соответствуют тому, что можно назвать стандартами SMM-администрирования. В самих постах структурировано и подробно описываются события, которые произошли в организации и за её пределами (в случае газеты). Иногда появляются ссылки на сторонние региональные и федеральные проекты. Формальные требования соблюдаются: сообщества действительно позиционируют себя как официальные страницы. Это также приводит к тому, что сообщества становятся частью единой, унифицированной сети, тем самым теряя уникальность и аутентичность. В итоге, сообщества работают не столько на привлечение и взаимодействие с пользователями, сколько на соблюдение формальных требований. Процесс создания и публикации постов становится самоцелью, а не способом решения конкретных творческих и коммуникативных задач: администратор, используя одни и те же алгоритмы, ставит публикации на поток, чтобы вписаться в план по количеству публикаций.

Таким образом, исследование выявило существенные противоречия между декларируемыми целями создания госпабликов и их фактическим функционированием, что требует дальнейшего научного осмысления и практических решений.

Библиографический список / References

1. *Василенко И. А.* Госпублики органов местного самоуправления Алтайского края во «ВКонтакте»: опыт анализа // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2023. № 28. С. 17–25. EDN [PPNOYG](#).
Vasilenko I. A. Altai krai local government communities in “VKontakte”: experience of analysis. *PR v izmenyayushchemsya mire: regional'nyi aspekt*. 2023;(28):17–25. (In Russ.).
2. *Федоровских А. А., Хусайнова М. М.* Госпублики как инструмент трансформации культуры информационно-коммуникационного взаимодействия органов власти и общества // Культура и природа политической власти: теория и практика : Сб. науч. трудов / Под общ. ред. А. А. Керимова. Екатеринбург : УрГПУ, 2023. С. 299–303. EDN [HSSNXR](#).
Fedorovskikh A. A., Khusainova M. M. State publics as a tool for transforming the culture of information and communication interaction between authorities and society. In: Kerimov A. A. (ed.) *Culture and nature of political power: theory and practice: coll. of scientific works*. Ekaterinburg: UrGPU; 2023. P. 299–303. (In Russ.).
3. *Филатова О. Г.* Электронное взаимодействие власти и граждан в экосистеме государственных коммуникаций: исследование региональной специфики // Медиа в современном мире : Сб. матер. в 2-х томах (Санкт-Петербург, 28 июня – 01 июля 2023) / Отв. ред. А. А. Малышев. Том 2. СПб : «Медиапапир», 2023. С. 260–261. EDN [JZQYDO](#).
Filatova O. G. Electronic interaction between authorities and citizens in the ecosystem of state communications: study of regional specifics. In: *Malyshev A. A. (ed.) Media in the modern world: coll. of materials in 2 vol.* (St. Petersburg, 28 June – 01 July 2023). Vol. 2. St. Petersburg: ‘Mediapapir’; 2023. P. 260–261. (In Russ.).
4. *Иванов Д. В.* Критическая теория цифровизации: господство алгоритмической рациональности и бунт аутентичности // Журнал социологии и социальной антропологии. 2023. Т. 26, № 3. С. 7–35. DOI [10.31119/jssa.2023.26.3.1](#). EDN [YLSMCN](#).
Ivanov D. V. Critical theory of digitalization: algorithmic rationality domination and authenticity revolt. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*. 2023;26(3):7–35. (In Russ.). DOI [10.31119/jssa.2023.26.3.1](#).
5. *Никитина А. С., Зерчанинова Т. Е.* Информационная открытость государства в условиях цифровой трансформации: социологический анализ // Власть. 2023. Т. 31, № 1. С. 148–156. DOI [10.31171/vlast.v31i1.9479](#). EDN [NINXJO](#).
Nikitina A. S., Zerchaninova T. E. Information openness of the state in the context of digital transformation: a sociological analysis. *Vlast'*. 2023;31(1):148–156. (In Russ.). DOI [10.31171/vlast.v31i1.9479](#).
6. *Скокова А. Н.* Вовлеченность населения в процессы цифровой коммуникации с региональными органами власти: оценка жителей Курской области // Юридическая наука. 2023. № 4. С. 97–102. EDN [IFKKAW](#).
Skokova A. N. Involvement of the population in the processes of digital communication with regional authorities: assessment of residents of the Kursk region. *Legal Science*. 2023;(4):97–102. (In Russ.).
7. *Панфилов Г. О., Чугунов А. В.* Централизация системы электронного гражданского участия в Российской Федерации: данные экспертных интервью // Управленческое консультирование. 2024. № 5(185). С. 253–264. DOI [10.22394/1726-1139-2024-5-253-264](#). EDN [TFSLPR](#).
Panfilov G. O., Chugunov A. V. Centralization of the system of e-participation in the Russian Federation: expert interviews data. *Administrative Consulting*. 2024;(5):253-264. (In Russ.). DOI [10.22394/1726-1139-2024-5-253-264](#).
8. Bluteau J. M. Legitimising digital anthropology through immersive cohabitation: Becoming an observing participant in a blended digital landscape. *Ethnography*. 2019;22(2):267–285. DOI [10.1177/1466138119881165](#).
9. Miller D. Digital anthropology. In: *The Cambridge Encyclopedia of Anthropology*. 2018. DOI [10.29164/18digital](#).
10. Madianou M. Smartphones as polymedia. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2014;19(3):667–680. DOI [10.1111/jcc4.12069](#).
11. Costa E. Affordances-in-practice: an ethnographic critique of social media logic and context collapse. *New Media & Society*, 2018;20(10):3641–3656. DOI [10.1177/1461444818756290](#).

12. Acedera K. A., Yeoh B. S. 'Making time': Long-distance marriages and the temporalities of the transnational family. *Current Sociology*. 2019;67(2):250–272. DOI [10.1177/0011392118792927](https://doi.org/10.1177/0011392118792927).
13. Madianou M. Ambient co-presence: transnational family practices in polymedia environments. *Global networks*. 2016;16(2):183–201. DOI [10.1111/glob.12105](https://doi.org/10.1111/glob.12105).
14. Madianou M. Polymedia and ethnography: understanding the social in social media. *Social Media + Society*. 2015;1(1). DOI [10.1177/2056305115578675](https://doi.org/10.1177/2056305115578675).
15. Madianou M., Miller D. Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*. 2013;16(2):169–187. DOI [10.1177/1367877912452486](https://doi.org/10.1177/1367877912452486).
16. Tagg C., Lyons A. Polymedia repertoires of networked individuals: a day-in-the-life approach. *Pragmatics and Society*. 2021;12(5):725–755. DOI [10.1075/ps.20051.tag](https://doi.org/10.1075/ps.20051.tag). EDN [IBXLQW](https://www.ednet.org/IBXLQW).
17. Kusters A. [et al.]. Beyond languages, beyond modalities: transforming the study of semiotic repertoires. *International Journal of Multilingualism*. 2017;14(3):219–232. DOI [10.1080/14790718.2017.1321651](https://doi.org/10.1080/14790718.2017.1321651).
18. Pink S. [et al.]. Digital ethnography: principles and practice. New Delhi: SAGE Publ.; 2015. ISBN 978-1473902381.
19. Swidler A. Culture in action: symbols and strategies. *American Sociological Review*. 1986;51(2):273–286. DOI [10.2307/2095521](https://doi.org/10.2307/2095521).

Поступила: 23.10.2024. Доработана: 17.02.2025. Принята: 11.03.2025.

Сведения об авторе:

Терашкевич Илья Сергеевич, бакалавр (социология), инженер-исследователь, Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, Россия.
ilya.terashkevich@yandex.ru

I. S. Terashkevich¹

¹ St Petersburg University. St. Petersburg, Russia

SELF-REPRESENTATION OF SOCIAL SPHERE ORGANIZATIONS ON VKONTAKTE: ROUTINIZATION AND LOSS OF AUTHENTICITY

Abstract. The article presents a study of communicative practices of social sphere organisations in VKontakte after the adoption of the law on state publics. On the material of a qualitative study of communities in the city of Pechory (Pskov region) the key trends of changes in the self-representation of local communities in the digital space are revealed. The study was conducted in the paradigm of digital anthropology with the support of D. Miller and M. Madiana's theory of polymedia and K. Tagg and A. Lyons' concept of polymedia repertoire. For the empirical study, three communities in a small regional city were selected, their posts were chronologically analysed, and a series of semi-structured interviews with the administrators of these communities were conducted. Particular attention was paid to the influence of unified centralised, top-down requirements on content creation practices and the consequences of this standardisation. The contradiction between the declared goal of creating publics as open communication channels and the actual result in the form of formal fulfilment of requirements through the publication of standardised, emasculated texts that broadcast the daily routine inside and outside the organisation, which often does not resonate with the audience, has been revealed. At the same time, authentic ways of creating original content based on the creativity of administrators are being displaced, despite their greater effectiveness in engaging audiences. There are consequences of the tendency to involve ordinary employees without special skills in administration, which increases their workload while reducing user engagement, as well as accelerating the processes of algorithmicisation and formalisation of content.

Keywords: digitalization, digital anthropology, polymedia, gospablik, local online communities, digital communication

For citation: Terashkevich I. S. Self-representation of social sphere organizations on VKontakte: routinization and loss of authenticity. *Science. Culture. Society*. 2025;31(1):71–84. (In Russ.). <https://doi.org/10.19181/nko.2021.31.1.6>

Acknowledgements: This work is supported by the Russian Science Foundation, project 23-18-00093, <https://rscf.ru/en/project/24-18-00261/>

Received: 23.10.2024. Corrected: 17.02.2025. Accepted: 11.03.2025.

Information about the author:

Илья С. Терашкевич, Bachelor's degree (sociology), research engineer,
St Petersburg University. St. Petersburg, Russia.
ilya.terashkevich@yandex.ru