

**Продвижение имиджа Министерства внутренних дел Российской Федерации
посредством социальной сети Инстаграм**

Габбазов Альберт Равилевич

Аспирант

Уральский государственный университет физической культуры, Челябинская область,
Россия

E-mail: gabbazovalbert@mail.ru

Для формирования и поддержания положительного имиджа Министерства внутренних дел Российской Федерации управлением общественных связей ведомства используются различные каналы коммуникации с целевыми аудиториями. Основным из них является сеть Интернет. МВД России имеет разветвленную сеть официальных сайтов региональных Управлений и Главков по субъектам Российской Федерации, а также сайт Центрального аппарата МВД России. Все они имеют связаны в единую систему администрирования, а также унифицированную оболочку и карту сайта. Система сайтов является основным каналом коммуникации ведомства с целевыми аудиториями. В качестве дополнительных используются социальные сети, интегрированными с официальным сайтом, сегментирующие целевые аудитории по возрастному принципу. Сеть Инстаграм используется МВД России с 2014 года для работы с молодой социально активной аудиторией до 35 лет включительно.

Инстаграм - это социальная сеть, предназначенная в основном для работы с мобильными устройствами, созданная для обмена фотографиями как между участниками собственной сети, так и с пользователями интегрированных аккаунтов сетей ВКонтакте, Фейсбук, Твиттер, Форсквер, Тамблер и Фликер. Приложение было запущено 6 октября 2010 года для мобильных устройств, созданных на базе операционной системы iOS. В апреле 2012 разработчики выпустили версию для операционной системы Android, в ноябре 2013 для Windows [1].

Согласно исследованию за 2014 год, проведенному аналитической компанией Brand Analytics, в ноябре - декабре 2014 года российская аудитория Инстаграма составила 13,3 миллионов пользователей, активных авторов (от одного публичного сообщения) среди них — 2,6 миллионов человек. 70% пользователей - девушки. В Инстаграм не указывается возраст, однако ясно, что этим приложением пользуются в большинстве люди молодого возраста [2].

В Инстаграм УОС МВД России выкладывает фотографии полицейских из различных отделов полиции страны, сопровождая их небольшим описанием, а также хештегами [3].

В ходе исследования, продвижения имиджа полиции через социальную сеть Инстаграм нами было выявлено, что УОС МВД России публикует фотографии по следующим темам:

- героические поступки сотрудников МВД;
- резонансные задержания;
- специальные мероприятия и акции, проводимые областными и краевыми управлениями, а так же центральным аппаратом МВД России;
- репост фотографий сотрудников полиции, имеющих личные аккаунты на которые подписан УОС МВД России;
- публикации, приуроченные ко Дню служб, к общегосударственным праздникам, а также различным знаменательным датам (День папы, День семьи, любви и верности и

т.д.) с обязательным отражением роли полиции;

- фотографии, участвующие в ведомственном конкурсе «Открытый взгляд»;
- фотографии-пожелания (доброе утра, хорошей недели и т.п.);
- фотографии, отражающие социальную ответственность МВД перед обществом, а также самими сотрудниками органов внутренних дел (работа с подшефными организациями, передовые технологии, жилищное обеспечение сотрудников полиции, работа с ветеранам;
- фотографии, рассказывающие о повседневной работе полиции, в тоже время способные вызвать у читателя эмоциональный отклик;
- фотопортреты сотрудников полиции;
- фотографии, рассказывающие о техническом оснащении органов внутренних дел;
- фотографии официальных мероприятий, визитов зарубежных гостей - официальные фотографии Министра внутренних дел, сопровождаемые текстами поздравлений.

Хештеги, используемые пресс-центром МВД России при публикации контента: МВД, Россия, полиция, MVD, police, Russia. При этом используется два языка - русский и английский.

Также в Инстаграме МВД России публикуются 15-ти секундные видеоролики и слайд-шоу из фотографий по следующим тематикам:

- промо-ролики специальных мероприятий, проводимых управлением общественных связей МВД России (Например: акция «Поколение о Великой Победе»);
- социальная реклама;
- видеоролики с участием полицейских, приуроченные к значимым событиям, доминирующим в информационном поле (например: ролик в поддержку представителя Российской Федерации на конкурсе «Евровидение-2015»)
- слайд-шоу с официальных мероприятий (например: слайд-шоу с выставки «Международная безопасность - 2015»)
- видео с регистраторов, зафиксировавших задержания подозреваемых.

На момент исследования (15 июля 2015 года) в Инстаграм МВД России размещено 695 публикаций, на аккаунт было подписано 8, 102 пользователя.

Таким образом, на основании проведенного исследования нами был сделан вывод о том, что посредством работы в социальной сети Инстаграм УОС МВД России продвигает положительный имидж полиции среди молодежи, наполняя его содержанием определенного характера, имеющего

положительные коннотации. Для продвижения положительного имиджа полиции МВД России использует Инстаграм в качестве дополнительного канала коммуникации в сети интернет, наполняет аккаунт качественным содержанием, используя все возможности приложения. Все аккаунты МВД России в социальных сетях интегрированы друг с другом, а также с официальным сайтом, что является дополнительным преимуществом.

Источники и литература

- 1) <http://cvetkoff.by>
- 2) <http://www.likeni.ru/events/Instagram-obognal-Twitter-po-chislu-polzovateley-v-Rossii>

3) <https://www.instagram.com/mvd.russia>.