

АККАУНТЫ РУКОВОДИТЕЛЕЙ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ РОССИЯН

Аннотация

В статье описываются методологические возможности использования аккаунтов руководителей субъектов Российской Федерации для получения данных о политических ценностях россиян. Автором выдвигается и проверяется гипотеза о том, что контент-анализ и дискурс-анализ открытых обращений граждан к главе субъекта Федерации под публикациями в его персональных аккаунтах в социальных сетях (комментарии и обращения) могут быть использованы для идентификации набора политических ценностей граждан. Анализируются эпистемологические возможности и ограничения подобного подхода к диагностике политических ценностей. Автор приходит к выводу о том, что исследование ценностей россиян через социальные сети хоть и имеет ряд существенных недостатков, но все же обладает значительным потенциалом.

Ключевые слова: политические ценности, социальные сети, Интернет, коммуникация, методы исследования, политическая психология.

Автор

Антонов Дмитрий Евгеньевич

Младший научный сотрудник
Института социально-политических исследований
Федерального научно-исследовательского
социологического центра
Российской академии наук
(Москва, Россия)



Увеличение роли социальных сетей в политическом процессе сегодня обусловлено целым рядом факторов, один из которых — их доступность для самой широкой аудитории. В географических и социально-экономических условиях современной России именно социальные сети стали основной площадкой для взаимодействия политиков и жителей регионов страны. Технологические особенности социальных сетей делают их подходящим объектом приложения исследовательского интереса: фото-, видео- и текстовых контентов авторов, а также реакция на них со стороны публики может быть интерпретирована с позиций декларируемых политических ценностей как индивидуальных, так и групповых.

Концептуально-методологические основания исследования

Категория «политические ценности» занимает немаловажное значение в системе политической науки. Если говорить о ценностях как научной категории, то истоки ее осмысления можно найти еще в работах античных философов, которые легли в основы отдельного направления — аксиологии — посвященной осмыслению природы данной категории. Политические же ценности стали изучаться значительно позже. Как отмечает А.В. Селезнева, в корпусе социально-политических исследований можно выделить несколько подходов к анализу политических ценностей [2; 3].

Разнообразие и различия в подходах не позволяют прийти к какому-либо

единому определению понятия политических ценностей. В рамках настоящего исследования мы будем опираться на политико-психологический подход, согласно которому политические ценности являются устойчивыми смысловыми доминантами, определяющими идеологические приоритеты личности или группы, а также выступающие в роли регуляторов социального взаимодействия [3]. Политические ценности артикулируются в виде идеологических конструктов политическими акторами, фиксируя направление и интенсивность политического процесса и, одновременно, являются психологическим конструктом, существуя в виде убеждений отдельных людей или групп, отражая значимые явления и процессы социальной жизни [5]. В контексте изучаемой проблемы важно отметить такую психологическую особенность политических ценностей, как связь с неудовлетворенными потребностями [6].

В рамках политико-психологического подхода используется значительное количество методов для изучения и выявления политических ценностей, как на индивидуальном, так и групповом уровнях [4]. В целом арсенал методик можно разделить на три группы. К первой группе относятся методы контент-анализа и дискурс-анализа, позволяющие изучать политические ценности как идеологические концепты. Ко второй — опросные методы, используемые для изучения политических ценностей на уровне социальных групп и общества в целом (анкетирование, интервьюирование, фокус-групповые исследования). К третьей группе относятся методы, которые применяются для изучения системы политических ценностей отдельной личности и основаны на модификации психологических техник. Настоящее исследование посвящено оценке потенциальной возможности использования массива комментариев и обращений на страницах политиков для проведения поли-

тико-психологического исследования ценностей россиян.

Характеристика исследования

Целью данного исследования была оценка эпистемологических возможностей и ограничений использования контента из аккаунтов руководителей субъектов Федерации для выявления существующих в массовом общественном сознании политических ценностей. Как уже отмечалось, социальные сети из-за своей доступности становятся площадкой для прямых взаимодействий граждан и политической элиты. Предмет анализа — комментарии под публикациями руководителей субъектов в наиболее популярных в России социальных сетях: «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, Instagram, Twitter, а также в видеохостинге YouTube. Одной из особенностей российской политической культуры является доминирование ценностей патернализма, которое выражается в персонификации власти как возможности принятия решения и ответственности за его неисполнение. Другими словами, граждане всю ответственность за свою жизнь и ее параметры возлагают на власть, причем не абстрактную, а персонифицированную — конкретного политического лидера. По этой причине исследовательский интерес был сконцентрирован только на персональных аккаунтах политиков — руководителей субъектов Федерации.

Комментарии как основной предмет анализа нами были выбраны по двум причинам. Во-первых, существует достаточно много методов научного анализа текстового контента, применение которых позволяет сделать выводы о ценностном содержании комментариев и обращений. Во-вторых, достаточно часто руководитель региона (или специалист, ответственный за размещение информации в его аккаунтах) вступает в содержательный диалог. Обращения,

вызывающие ответную публичную реакцию со стороны представителей политической элиты, также могут помочь выявить доминирующие в массовом политическом сознании ценности.

Временные рамки исследования охватывают два месяца (декабрь 2019 — январь 2020). В финальную выборку попали 70 регионов, руководители которых имеют активный персональный аккаунт хотя бы в одной из перечисленных выше социальных сетей. Личных аккаунтов в социальных сетях не имеют руководители республик Марий Эл и Мордовия; Забайкальского, Камчатского и Красноярского краев, а также Волгоградской, Иркутской, Калужской, Костромской, Магаданской, Омской, Тверской, Томской, Тульской и Еврейской автономной областей — данные регионы не участвовали в исследовании.

Результаты исследования и их обсуждение

Только в 42 из 70 регионов ответы на комментарии и обращения жителей поступают от аккаунта главы региона. Во всех 70 охваченных регионах помимо ответов от руководителей субъектов нами были обнаружены официальные аккаунты политических структур или их представителей.

Общее распределение ответов на комментарии, вопросы и обращения граждан выглядит следующим образом:

- 42,7% отвечающих аккаунтов приходится на долю аккаунтов региональных органов исполнительной власти — министерств и ведомств субъектов;
- 40,3% — администрации муниципальной власти, органы управления муниципальных образований и районов;
- 10,2% — конкретные должностные лица, чиновники или специалисты региональных или муниципальных органов власти, включая руководителей регионов;

- 6,8% — администрации столиц регионов, а также департаменты и ведомства этих городов.

Самым популярным каналом коммуникации для глав регионов является Instagram — для взаимодействия его используют руководители 34 регионов страны. В социальной сети «ВКонтакте» отвечают главы 14 регионов. Высшие должностные лица 6 субъектов предпочитают взаимодействие в «Одноклассниках», а еще 2 — в Twitter.

Самой популярной платформой для общения политических структур также является Instagram. Его используют органы власти и их представители в 50 регионах. «ВКонтакте» используют в 24 регионах, «Одноклассники» — в 9, Facebook — в 7, Twitter — в 2.

Собранные содержательные комментарии и публичные обращения на страницах глав регионов можно кластеризовать по ряду проблемных полей.

Первая и самая острая проблема — это бездействие и невыполнение обязанностей другими региональными чиновниками, а также отписки вместо реальных действий. Аудитория активно жалуется руководителям регионов на их прямых подчиненных, обвиняют последних в отсутствии эмпатии и желания помочь. Как правило, удовлетворить подобную жалобу может только личный ответ владельца аккаунта — руководителя региона. Также в качестве основных проблем выделим следующие: тарифы на коммунальные услуги и общее состояние коммуникационных сетей; состояние дорог, которое включает в себя уборку их от снега и мусора; плохая работа по вывозу и утилизации бытовых отходов; состояние и график работы общественного транспорта, включая просьбы о переносе остановок; нехватка мест в детских садах и состояние школ, включая проблему с качеством детского питания; невозможность записаться на прием к профильному врачу и проблемы с укомплектованностью больниц необходимым оборудованием; задержки

выплат заработной платы, отсутствие материальной поддержки разным слоям населения, отсутствие или недостаточность льгот; ценовая политика на товары первой необходимости; вопросы благоустройства улиц и придомовых территорий, капитального ремонта, расселение аварийного жилья и создания жилого фонда для социально незащищенных граждан; проблемы сохранения объектов культурного достояния и национальной гордости (особенно в национальных республиках); законность тех или иных решений, принятых чиновниками разных уровней, а также правомерности деятельности различных служб и ведомств в целом.

Все указанные проблемы, волнующие жителей, отражают конкретные политические ценности, имеющиеся в сознании россиян. Из приведенного списка видно, что в массовом политическом сознании, выраженном в коллективных и индивидуальных обращениях к носителям власти, доминируют следующие универсальные ценности: патернализм как обязанность власти решать социальные проблемы граждан, ценности личной и экономической безопасности, стабильности, порядка, справедливости. Стоит отметить, что выявленные проблемы являются универсальными для всех 70 регионов, попавших в нашу выборку, что может свидетельствовать о том, что универсальные политические ценности являются едиными для всех граждан страны.

Немаловажным представляется тот факт, что полученные результаты пересекаются с результатами политико-психологических исследований политических ценностей в массовом сознании российских граждан, которые проводятся на кафедре социологии и психологии политики факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова [1; 2; 7; 8; 9]. Набор ценностей, выявленный в ходе настоящего исследования, совпадает с актуализированными в сознании российских граждан политическими ценностями.

Методологические ограничения исследования

При этом стоит отметить, что предлагаемый нами метод контент-анализа и дискурс-анализа текстовой массы комментариев не позволяет сделать однозначные выводы об иерархии ценностей в политическом сознании россиян. Как уже отмечалось, для политической культуры россиян характерны патернализм и персонификация власти, что выражается в стремлении перенести всю ответственность на власть в лице политического лидера. Соответственно, просьбы и обращения в адрес конкретного политика говорят, скорее, о том, как его полномочия воспринимают граждане. Другими словами, выражая озабоченность определенными сторонами своей жизни, в соответствии с политическими ценностями, граждане адресуют запросы тем, кто, по их мнению, в состоянии их реализовать, и молчат, если не знают актора, обладающего соответствующими полномочиями и возможностями. В данном случае диагностика политических ценностей может производиться с поправкой на «зону ответственности» политика.

Другое ограничение предлагаемого нами метода заключается в ситуативности коммуникации, а точнее — в ее зависимости от контекста. Несомненно, существует сегмент аудитории, представители которого готовы навязывать коммуникацию политикам по любому поводу. Однако анализ собранных данных говорит о том, что на рост количества обращений и их тематику непосредственно влияет информационная повестка. Так, например, после Послания Президента к Федеральному Собранию Российской Федерации 15 января 2020 г., которое было социально ориентированным, вырос поток обращений по темам материнского капитала и социальной поддержки во всех регионах. А множественные прорывы водопровода в Ингушетии в нача-

ле января 2020 г., в результате которых нарушилась подача питьевой воды в ряд населенных пунктов, спровоцировал шквал обращений и запросов на ремонт коммуникационных систем и обеспечение пострадавших районов питьевой водой. Таким образом, можно сделать вывод о том, что в текстовом массиве комментариев наличествуют выбросы, способные оказать существенное влияние на итоговую картину.

Третье ограничение касается различий в интенсивности коммуникаций среди российских политиков. В нашей стране на сегодняшний день не существует единых требований к практике взаимодействия с гражданами в социальных сетях, предъявляемых руководителям регионов официально. Таким образом, качество и интенсивность подобной коммуникации зависит во многом от того, насколько важной она представляется политику или его пресс-службе. В результате анализа нами была выявлена следующая зависимость: чем чаще руководитель региона или представители политических структур отвечают на запросы и обращения в комментариях, тем больше количество таких обращений. Такая ситуация также способствует получению недостоверных данных: регионы, где практика взаимодействия с жителями через социальные сети не стала обыденной, мы не сможем получить достоверных представлений о ценностях граждан, анализируя только их обращения.

Выводы

Исходя из результатов исследования и описанных ограничений, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, анализ проблемных комментариев и публичных обращений к главе региона позволяет выявить набор политических ценностей, имеющийся в массовом политическом сознании. Однако данный метод без использования дополнительных инструментов верификации, а также классических опросов и анкетирования не позволяет составить целостную картину о системе ценностей россиян и ее внутренней иерархизации. Данная методология не может считаться самостоятельной и использоваться без комплекса классических методик.

Во-вторых, совпадение результатов настоящего исследования с серией исследований политических психологов свидетельствует о том, что ценностное основание политического поведения личности в виртуальном пространстве точно также может быть измерено. Уже сейчас можно сказать, что медиатизация и интернетизация пространства публичной политики не создали новую виртуальную реальность, со своими правилами, а расширили существующую, в которой реальные политические акторы действуют в соответствии с теми же установками, как и в случае в реальной — повседневной жизни. А значит, требуется дальнейшее изучение описанной проблематики.

Литература

1. Власть и лидеры в восприятии российских граждан. Четверть века наблюдений (1993–2018) / Отв. ред. книги Е.Б. Шестопа. М.: Весь Мир, 2019. — 656 с.
2. Политическая социализация российских граждан в период трансформации / Под ред. Е.Б. Шестопа. — М.: Новый хронограф, 2008. — 552 с.
3. Селезнева А.В. Концептуально-методологические основания политико-психологического анализа политических ценностей // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. — 2019. — № 49. — С. 177–192.
4. Селезнева А.В. Методология исследования политических представлений и ценностей // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. — 2011. — № 2. — С. 42–53.
5. Селезнева А.В. Политические представления и ценности россиян. — М.: Издательство Московского университета, 2012. — 224 с.

6. *Селезнева А.В.* Политические ценности в современном российском массовом сознании: Психологический анализ // Человек. Сообщество. Управление. — М., 2014. — № 2. — С. 6–18.
7. *Селезнева А.В.* Российское общество в постсоветский период: динамика ценностных изменений элиты и граждан // Политическая наука. — 2016. — Специальный выпуск. — С. 149–169.
8. *Шестопап Е.Б.* Представления, образы и ценности демократии в российском обществе // Полития. — 2011. — № 3. — С. 34–47.
9. *Шестопап Е.Б.* Ценностные характеристики российского политического процесса и стратегия развития страны // Полис. Политические исследования. — 2014. — № 2. — С. 61–72.