

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГУБЕРНАТОРАМИ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ ИНСТРУМЕНТОВ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ В ПЕРИОД РЕЖИМА САМОИЗОЛЯЦИИ

Аннотация

В статье приводятся выводы качественно-количественного исследования, проведенного весной-летом 2020 года, в период самых жестких ограничительных мер, предпринятых Правительством Российской Федерации, вызванных эпидемией коронавирусной инфекции, охватившей все мировое сообщество. Объектом авторского исследования выступили решения глав российских регионов, направленные на борьбу с распространением коронавируса и на поддержку социально-экономической стабильности субъектов России в период самоизоляции. По итогам исследования авторами был составлен рейтинг эффективности использования инструментов онлайн-коммуникации региональными лидерами в период самоизоляции.

Ключевые слова: губернатор, глава региона, онлайн-коммуникация, социальные сети, инструменты онлайн-коммуникации.

Автор

Матюсова Анастасия Игоревна

Магистр политических наук,
аспирант факультета политологии
МГУ имени М.В. Ломоносова
(Россия, Москва)



Есиев Эльдар Таймуразович

Магистр политических наук,
аспирант факультета политологии
МГУ имени М.В. Ломоносова
(Россия, Москва)



1. Россия в многополярном мире: внешняя политика и двустороннее сотрудничество

В период пандемии коронавирусной инфекции инструменты онлайн-коммуникации оказались востребованными как никогда ранее, поскольку они стали самым быстрым и наиболее эффективным каналом, позволяющим осуществлять взаимодействие между властью и об-

ществом. Е.В. Артюхина отмечала, что «не исключена возможность того, что web-сеть станет ведущим источником политической информации, оттеснив традиционные СМИ на второй план» [1. — С. 121]. Чрезвычайная ситуация, с которой современное общество ранее не сталкивалось, вызвала панические настроения у многих граждан. Это, в свою очередь, привело к значительному повышению уровня эффективности средств сетевой конфликтной мобили-

зации. Говард Рейнгольд подчеркивал, что социальные сети и новые формы коммуникации делают возможной постоянную коммуникацию «от многих к многим» [2. — С. 44], что необходимо использовать во время подобных ситуаций, требующих быстрой координации общества.

В таких условиях, близких к чрезвычайной ситуации, людям необходимо получать понятные сигналы от властей, как им действовать, по каким правилам жить. Основываясь на статистических данных регионального минздрава, оценке главных санитарных врачей регионов, политики выбирали стратегию и тактику дальнейших действий, направленных на борьбу с распространением коронавирусной инфекции. Принятие данных мер в некоторых случаях позволило эффективно противостоять развитию болезни. Однако были и обратные примеры, когда из-за отсутствия вовремя принятых решений губернаторы теряли контроль над ситуацией. В силу этого многие представители губернаторского корпуса стали осваивать онлайн-площадки как наиболее эффективные инструменты для поддержания коммуникации с жителями своего региона. Подобные онлайн-площадки, представленные в основном социальными сетями, не только создают пространство для реализации гражданских практик, но и дают возможности и инструменты для повышения их эффективности, потому что позволяют легко сочетать институционализированные формы общественного участия с неформальными практиками в рамках социальных медиа [3. — С. 270].

Некоторые из губернаторов отдавали предпочтение такой социальной сети, как Instagram, другие — Facebook или ВКонтакте. По мнению О.В. Латышевой, социальные сети являются наиболее популярной формой включенности среди населения, что и обуславливает столь высокий интерес к

данному ресурсу со стороны политических акторов [4. — С. 291]. Каждый день главы регионов в своих аккаунтах отчитывались населению в формате фото, видео или текста о принимаемых мерах, связанных с коронавирусом. Таким образом, социальные сети не только стали наиболее актуальным источником новостей о коронавирусе, но и позволили жителям региона напрямую обращаться к губернаторам и получать от них обратную связь.

В рамках данной статьи были рассмотрены решения, принимаемые главами региональных органов власти по противодействию распространению коронавирусной инфекции. Основным ракурсом анализа этих решений стало информирование граждан, жителей региона с помощью современных средств массовой коммуникации, как уже упоминалось выше, в частности, социальных сетей, мессенджеров и других онлайн-площадок. Именно информирование определяло настроения общества в этот период, эскалировало или, наоборот, дезэскалировало социальное напряжение, сформировавшееся из-за введенных ограничений. Стоит подчеркнуть, что онлайн-площадки, как пишет Д.В. Татманян, позволяют субъектам политической коммуникации опираться не только на массовое, но и на индивидуальное сознание человека [5. — С. 296].

Целью статьи является определение лучших практик информационной политики глав российских субъектов в период ограничительных мер, вызванных распространением коронавирусной инфекции. Достижение этой цели исследования позволит сформировать основные принципы успешной информационной стратегии во время чрезвычайных ситуаций.

Для достижения цели исследования, которое проводилось весной-летом 2020 года, были проанализированы аккаунты глав российских регионов в социальных сетях ВКонтакте и Instagram.

Выбор этих площадок определяется их популярностью среди жителей Российской Федерации. Кроме того, именно эти площадки используются в качестве основных инструментов онлайн-коммуникации главами российских субъектов. Объектом исследования выступили решения глав российских регионов, направленные на борьбу с распространением коронавирусной инфекции и на поддержку социально-экономической стабильности субъектов Российской Федерации в период самоизоляции.

Методология исследования

В рамках исследования был проведен анализ аккаунтов представителей губернаторского корпуса с помощью следующих методов:

1. Контент-анализ. Просмотрены страницы губернаторов в социальных сетях и выявлены все публикации, связанные с коронавирусной повесткой. Помимо этого, был сформирован

список решений глав российских регионов, принимаемых ими для борьбы с распространением коронавирусной инфекции, с помощью официальных сайтов правительств и администраций регионов.

2. Сравнительный анализ принятых решений. Проведен сравнительный анализ между теми решениями, которые опубликованы на официальных сайтах администраций, и опубликованными на страницах губернаторов в социальных сетях. Исходя из предположения, что в период быстрых изменений правил жизни, вызванных чрезвычайной ситуацией, широкое информирование является обязательным элементом принятия решений, отсутствие публикаций, посвященных таким решениям, является упущением со стороны глав российских регионов.

Помимо этого, была проведена оценка реакции жителей на публикацию информации. Комментарии пользователей в аккаунтах губернаторов по-

Таблица 1. Элементы оценки принимаемых губернаторами решений

№	Элемент оценки принимаемого решения	Оценка принимаемого решения
1.	Соответствие принятого решения курсу федерального центра	Если решение соответствует — 3 балла, если нет — -3 балла; если не соотносится с курсом — 0 баллов
2.	Эффективность принимаемого решения	Если решение эффективно — 5 баллов, неизвестно — 0, неэффективно — -5
3.	Освещение принятого решения в аккаунтах главы региона в социальных сетях ВКонтакте и Instagram	Если есть упоминание — 3 балла, нет упоминания — -3 балла
4.	Оценка пользователями принятого решения	Одобрение действий властей — 5 баллов, смешанная реакция — 3 балла; нет оценки (нет поста) — 0 баллов; негативная реакция — -3 балла; крайне негативная реакция — -5 баллов
5.	Последовательность принимаемых губернатором решений	Если есть — 3 балла. Если нет — -3 балла
6.	Общая оценка пользователями действий главы региона в его аккаунте в социальной сети Instagram и ВКонтакте	Все прекрасно — 5 баллов; сдержанный оптимизм — 3 балла; нет единой оценки — 0 баллов; сдержанный пессимизм — -3 балла; все ужасно — -5 баллов
7.	Оценка обратной связи от губернатора и представителей правительства или администрации в аккаунтах главы региона в социальных сетях Instagram и ВКонтакте	Хорошая обратная связь — 3 балла, плохая — 0 баллов, нет обратной связи — -3 балла

зволили выявить отношение населения к тем или иным принятым решениям.

Третьим элементом анализа были ответы губернаторов и органов исполнительной власти на уточняющие и негативные комментарии пользователей в аккаунтах губернаторов в социальных сетях. Отрицательная реакция от пользователей является нормой в момент быстрых социальных изменений, однако купирование этого негатива с помощью обратной связи — также обязательный элемент информационной политики для недопущения эскалации социальной напряженности.

Система оценки решений и реакции населения на них состояла из семи элементов, которые обладали разным весом и оценивались баллами по шкалам, связанным с весом элементов. Таблица оценки приведена ниже.

Результаты исследования

В рамках проведенного исследования удалось выявить наиболее эффективные практики онлайн-коммуникации, которые использовали губернаторы в своих аккаунтах в социальных сетях. К таким практикам относятся:

Проведение прямых видеоэфиров в социальных сетях. Губернаторы активно общались с пользователями посредством видеосвязи и возможностей социальных сетей, например, Instagram. В рамках этих эфиров главы субъектов описывали текущую ситуацию, связанную с распространением коронавирусной инфекции, описывали стратегию выхода из сложившейся ситуации, объясняли различные бытовые ограничения. Ключевым преимуществом данного способа связи стала возможность в режиме реального времени ответить на уточняющие вопросы от жителей региона. Прямые эфиры анонсировались за несколько дней для того, чтобы максимальное количество граждан смогло выделить время и узнать о текущей ситуации из первых уст.

Публикация инфографики со статистикой и кратким описанием коронавирусных ограничений. Недостатком первого типа лучших практик является то, что видеоэфиры длятся от часа и больше, что уменьшает количество пользователей, желающих просмотреть видеозапись. Это ведет к проблемам информирования жителей региона о текущей ситуации. В связи с этим востребованным оказался формат публикаций с инфографикой, объясняющей с помощью статистических иллюстраций — диаграмм, графиков и т.д., как развивается ситуация с распространением коронавируса, какие действия принимают органы государственной власти и какое влияние они оказывают на болезнь. Удобный формат коммуникации заметно увеличивает количество пользователей, ознакомившихся с контентом.

Ответы на комментарии пользователей, содержащие негативную информацию. Образ политика, как и любого другого человека, объекта, вещи, в интернете формируется в том числе и за счет комментариев к публикациям. Отношение к принимаемым властями решениям, о которых губернаторы сообщили жителям в своих аккаунтах, также часто формировалось на основании двух-трех самых популярных комментариев. Однако не все из них оказывались позитивными. Многие пользователи критиковали те или иные решения, что вело к росту негативного отношения к ним. Решением проблемы стала обратная связь от губернаторов по критикующим комментариям. Понятный и открытый ответ на критику способствовал повороту ситуации на пользу органам власти — жители в подавляющем большинстве случаев соглашались с мнением главы региона, если он отвечал на их сообщение. Этот инструмент коммуникации является крайне эффективным.

Полученные результаты позволили прийти к некоторым выводам и соста-

вить рейтинг эффективности использования социальных сетей губернаторами в ситуации, близкой к чрезвычайной.

Во-первых, принимаемые решения губернаторов были сходны друг с другом, что свидетельствует о наличии выстроенной вертикали власти, но в то же время — о неспособности глав регионов предлагать иные варианты действий и мер. Общий уровень соответствия принимаемых решений курсу федеральной власти составил 1,5 балла (в диапазоне от -3 до 3 баллов).

Однако ряд региональных руководителей продемонстрировал непоследовательность действий, что привело к росту социальной напряженности в регионах, вынужденной корректировке принимаемых решений и снижению общего уровня легитимации региональных властей.

Во-вторых, у многих глав регионов была проведена слабая работа по информированию своих граждан о

принимаемых решениях. Наглядным свидетельством этому является общий низкий уровень освещения принимаемых решений: -1,3 балла (при оценке в диапазоне от -3 до 3 баллов). Не все губернаторы по максимуму использовали возможности социальных сетей и инструменты коммуникации, часто игнорируя обращения и запросы жителей в них. Те губернаторы, которые не смогли выстроить онлайн-диалог с обществом, стали объектом негативных комментариев.

В-третьих, по итогам исследования авторами статьи был составлен рейтинг эффективности использования инструментов онлайн-коммуникации региональными лидерами в период самоизоляции. Так, лучшими стали губернатор Саратовской области Валерий Радаев, Калужской области — Владислав Шапша, худшими — Дмитрий Миرون (Ярославская область), Вениамин Кондратьев (Краснодарский край).

Литература

1. *Артюхина Е.В.* Интернет как средство политической коммуникации // Вести Волгоградского университета. Серия 7. Философия, социология и социальные технологии. — № 2 (8). — С. 121–124.
2. *Рейнгольд Г.* Умная толпа: новая социальная революция / Г. Рейнгольд; пер. с англ. А. Гарькавого. — М.: ФАИРПРЕСС, 2006. — 416 с.
3. *Бронников И.А.* Самоорганизация граждан в эпоху цифровых коммуникаций // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. — Т. 13. — № 2. — С. 296–285.
4. *Латышева О.В.* Веб-среда как пространство формирования диалога между властью и обществом // Известия Тульского государственного университета. — Гуманитарные науки. — 2011. — С. 289–296.
5. *Татманян Д.В.* Основные направления развития политического сектора Рунета // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. — 2011. — С. 296–301.