

Функциональность Интернет-коммуникации парламентских политических партий в России: результаты автоматизированного мониторинга социальных медиа.

Мастер-класс доктора политических наук

Бродовской Елены Викторовны

30 марта 2018 года, СевГУ.

Цель исследования:

- выявить содержательные, структурные и технологические особенности информационного потока политических партий в социальных медиа.

Теоретический фундамент исследования

- Теории дискурса (Э. Лакло и Ш. Муфф, Т. Ванн Дейк, Н. Фэркло и др.).
- Теории коллективных представлений (Г. Лебон, Г. Тард, Г. Маркузе, Х. Ортега-и-Гассет , Э. Дюркгейм).
- Теория повестки дня (У. Липпман , Э. Рейнольдс).
- Теория мобилизации ресурсов (Дж. Маккарти, М. Зальд и др.).
- Концепции создания коллективного политического контента (Э. Тоффлер , Б. Новек, Д. Тапскотт и др.).
- Концепции коммуникативной детерминированности политического участия (С. Ливингстон, Р. Полат, Л. Вебер, Дж. Бергман).

Методология исследования

- Исторический институционализм (Т. Скокпол, П. Холл и др.).
- Сетевой подход (С. Грин, Ф. Ховард и др.).
- Когнитивный подход (П. Данливи, Р.Дж. Далтон, Г. Пушкарева, Е. Шестопал и др.).
- Интеллектуальный анализ данных (Data Mining, Text Mining, Predictor Mining, Social Computing) (А.А.Азаров, Е.В.Бродовская, А.Ю.Домбровская, Д.Н.Карзубов, А.А.Фильченков и др.).

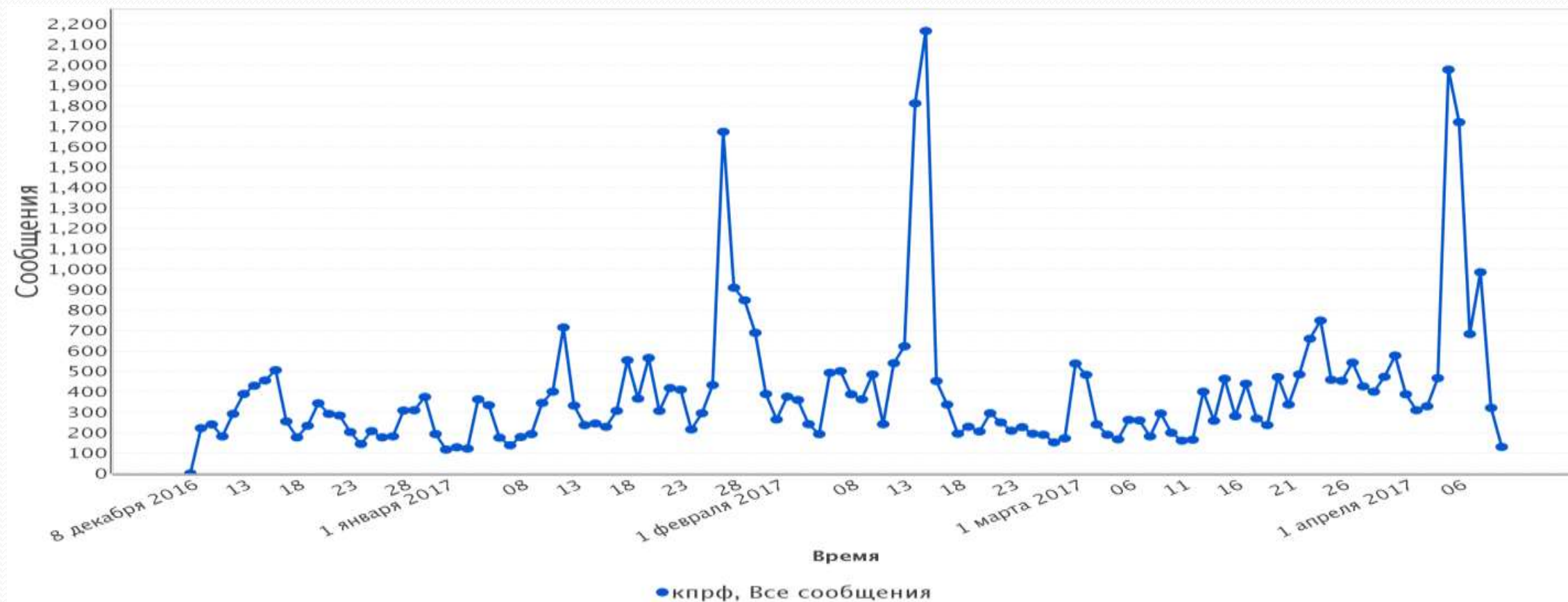
Методы исследования :

- киберметрический анализ: автоматизированный анализ информационных потоков социальных медиа о КПРФ, ЛДПР, «Единой России» и «Справедливой России» с помощью онлайн-сервиса для мониторинга социальных медиа IQBuzz (выгрузка составила 200 000 сообщений, глубина выгрузки – 08.12.2016 г. по 08.04.2017 г., 30 социальных медиа и микроблогов);
- построение социальных графов, позволяющих определить плотность социальных связей между группами политических партий и их участниками, выделить лидеров общественного мнения;
- дискурс-анализ сообщений пользователей социальных медиа для определения ключевых тем, касающихся исследуемых политических партий и привлекающих Интернет-сообщество.

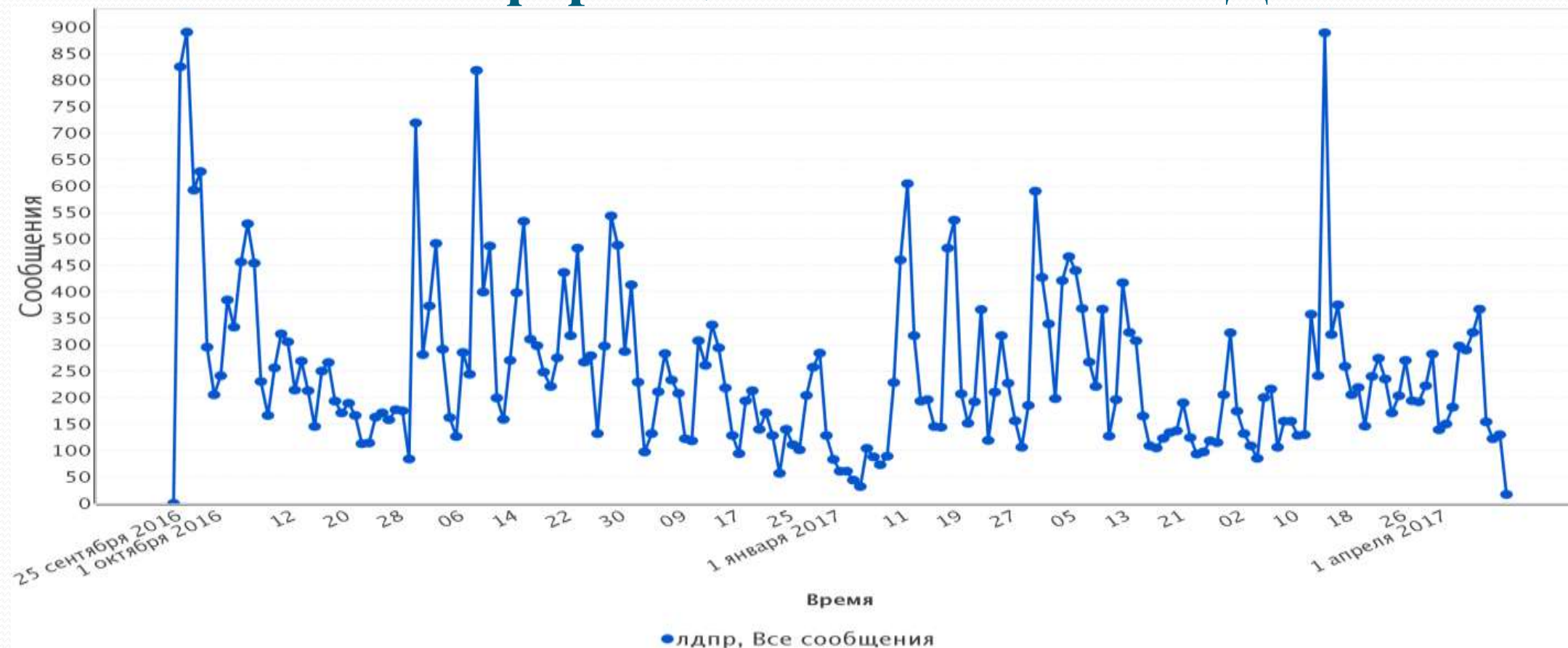
Инструменты и техники:

- онлайн-сервис для мониторинга социальных медиа IQBuzz;
- авторское программное обеспечение для построения социальных графов.

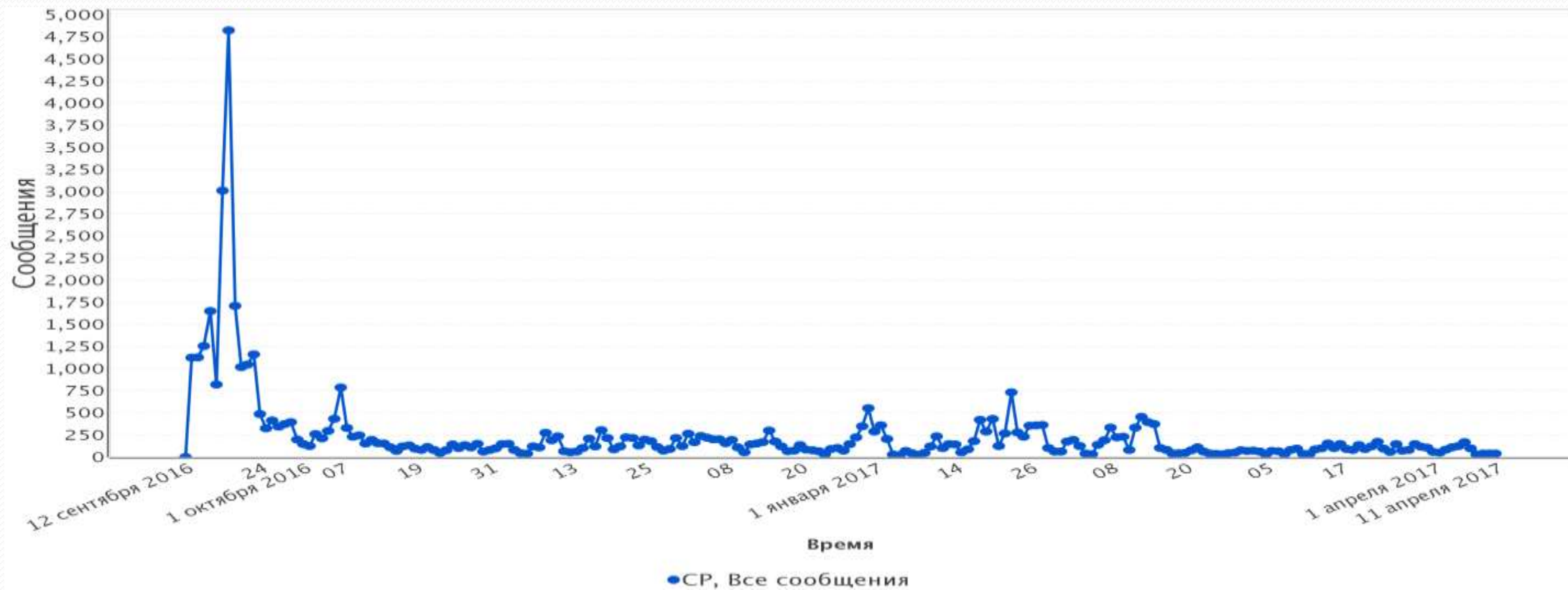
Интенсивность информационного потока: КПРФ



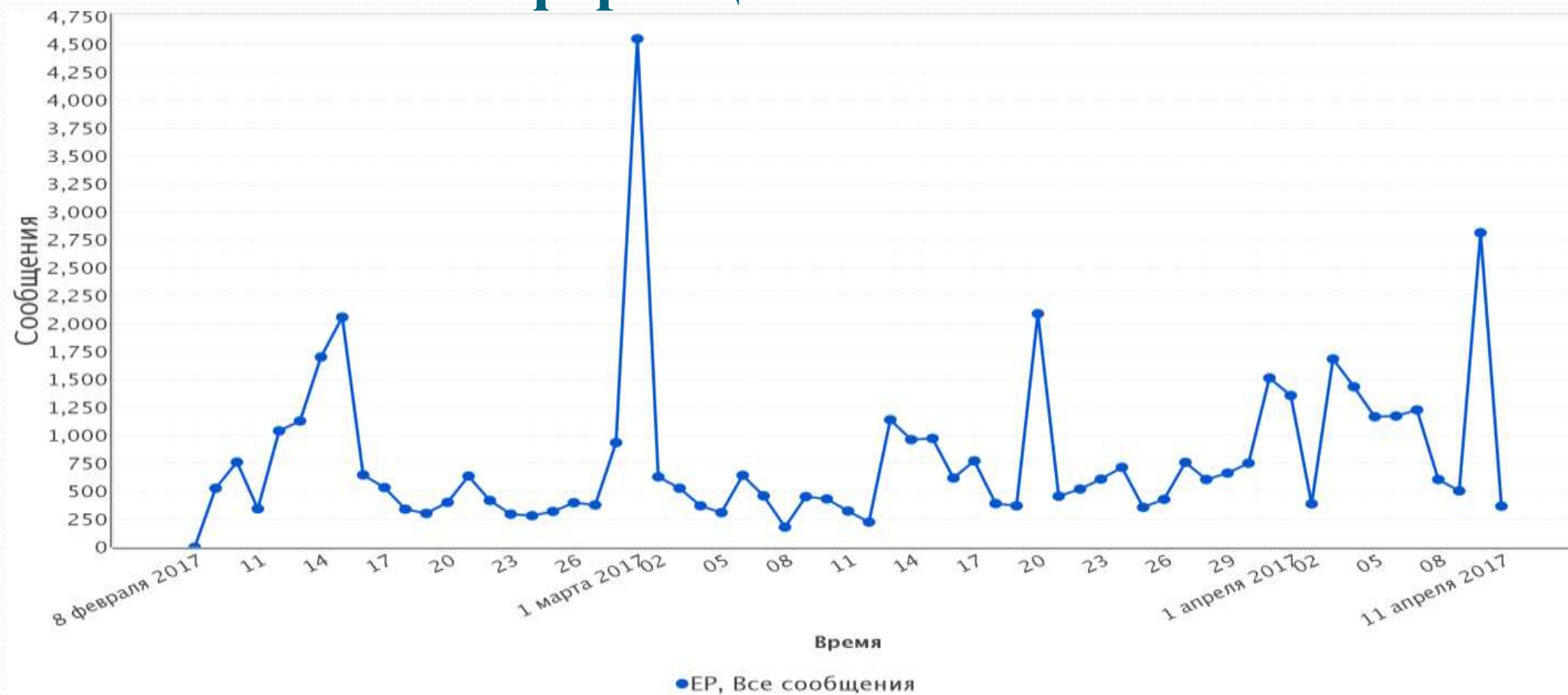
Интенсивность информационного потока: ЛДПР



Интенсивность информационного потока: СР



Интенсивность информационного потока: ЕР



Тональность сообщений о политических партиях



Персонификация в ключевых словах

Ключевое слово	ЛДПР	КПРФ
Россия	28356	24955
Депутат	22551	24703
Человек	18847	17507
Государственная Дума	18021	14940
Жириновский	14024	-

Лидеры общественного мнения: КПРФ

Имя и ник	Блогохостинг	Аудитория	Документов
Коммунистическая партия РФ (КПРФ) (club26362316)	<u>ВКонтакте</u>	46690	175
Сторонники КПРФ (club39671144)	<u>ВКонтакте</u>	4019	136
За возрождение СССР (club44070859)	<u>ВКонтакте</u>	5172	129
Советская Новороссия (club59006903)	<u>ВКонтакте</u>	9232	102
Красный комиссар (club60932039)	<u>ВКонтакте</u>	9704	101
✂ Коммунистический мир ✂ (club465616)	<u>ВКонтакте</u>	29430	57
Ленинский Комсомол (ЛКСМ РФ) (club51433398)	<u>ВКонтакте</u>	4134	57
Народный журналист (club120367381)	<u>ВКонтакте</u>	4144	56

Лидеры общественного мнения: ЛДПР

Имя и ник	Блогохостинг	Аудитория	Документов
ЛДПР (Либерально-демократическая партия России) (club433349)	<u>ВКонтакте</u>	77352	262
Вологодское региональное отделение ЛДПР (club3635179)	<u>ВКонтакте</u>	4643	127
Vasily Kryukov (id31356924)	<u>ВКонтакте</u>	525	54

Лидеры общественного мнения: СР

Имя и ник	Блогохостинг	Аудитория	Документов
Справедливая Россия (club113757409)	<u>ВКонтакте</u>	4663	112
DE - ФАСТО - Новости Барнаула (club89965271)	<u>ВКонтакте</u>	2799	59
Справедливая Россия .Челябинск (club97165160)	<u>ВКонтакте</u>	977	47

Лидеры общественного мнения: ЕР

Имя и ник	Блогохостинг	Аудитория	Документов
Информационная война (club4121067)	<u>ВКонтакте</u>	57308	61
Единая Россия Башкортостан (club1663109)	<u>ВКонтакте</u>	5392	47
Свободные новости (club364976)	<u>ВКонтакте</u>	268600	41
СССР 2.0 (club32738224)	<u>ВКонтакте</u>	15271	35

Активная циркуляция сообщений по регионам: КПРФ

Страна/Регион	Авторов	Документов
--Москва	1231	2820
--Санкт-Петербург	680	1434

Активная циркуляция сообщений по регионам: ЛДПР

Страна/Регион	Авторов	Документов
--Москва	1705	4347
--Санкт-Петербург	867	1541
--Московская область	294	449
--Кемеровская область	146	648
--Пермский край	141	755

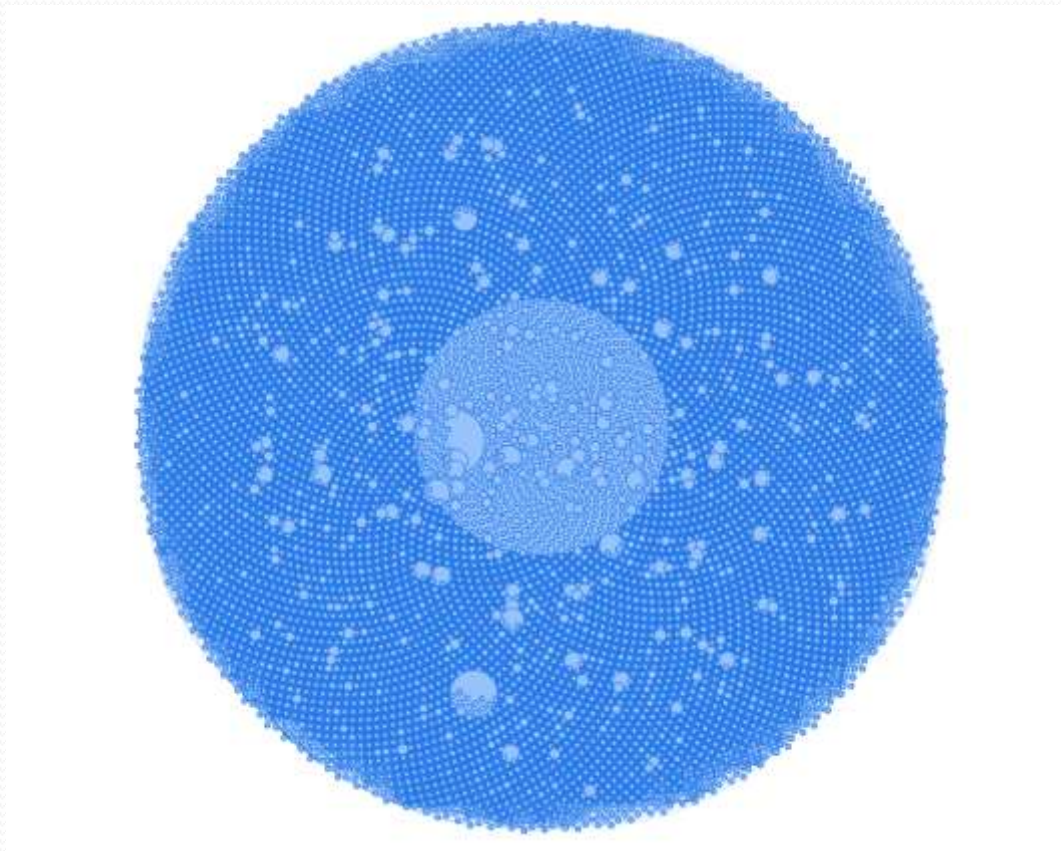
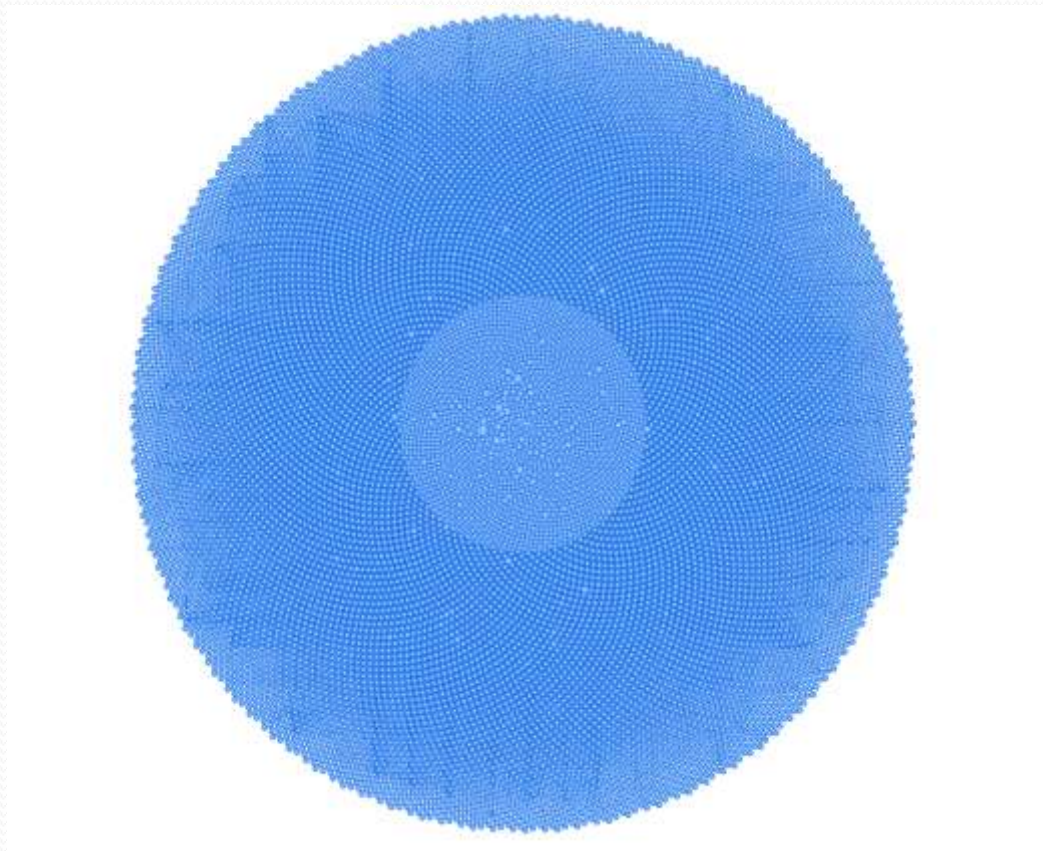
Активная циркуляция сообщений по регионам: СР

Страна/Регион	Авторов	Документов
--Москва	2053	3602
--Санкт-Петербург	1442	2324
--Московская область	411	767
--Свердловская область	389	580
--Челябинская область	354	577

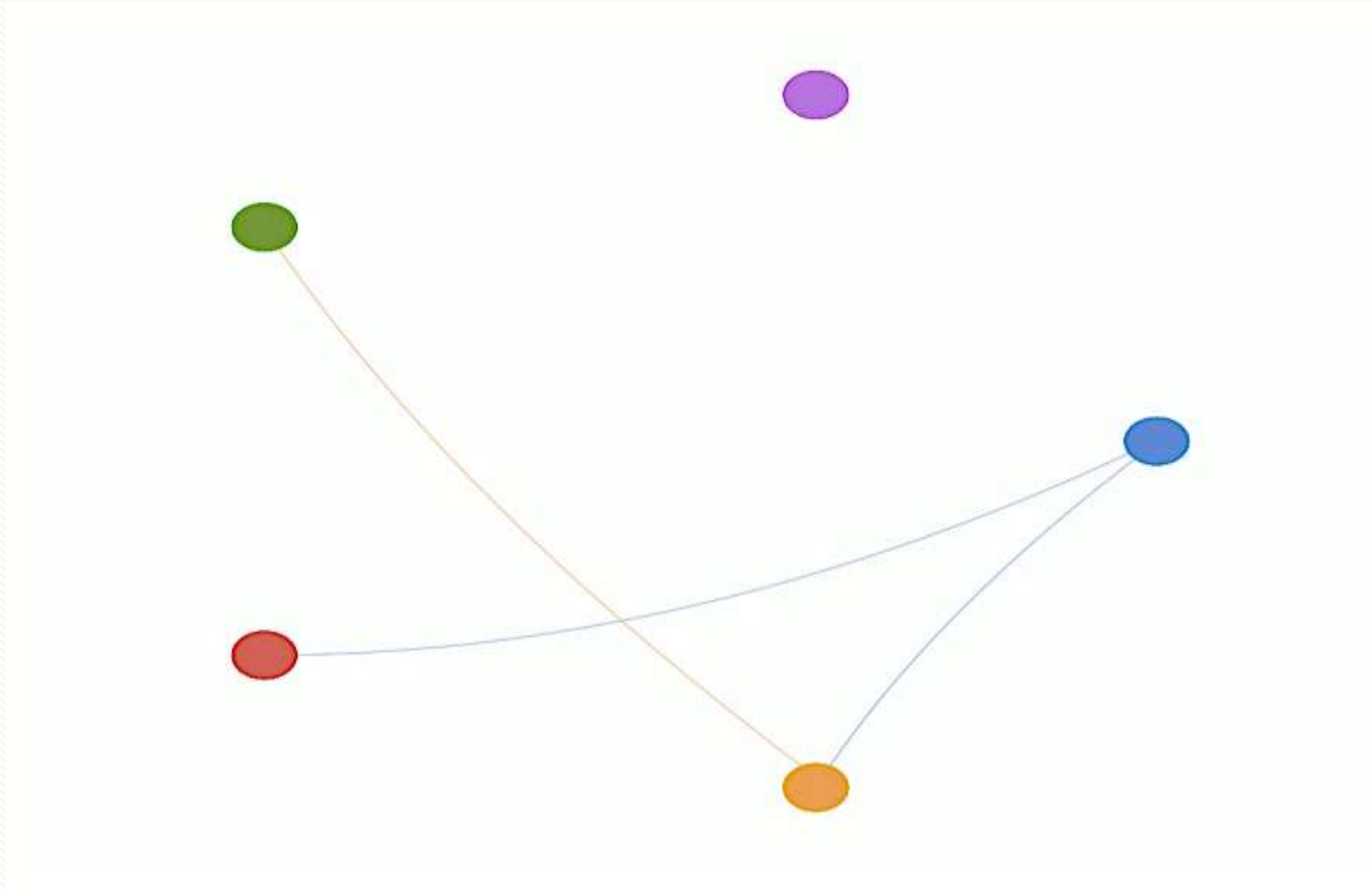
Активная циркуляция сообщений по регионам: ЕР

Страна/Регион	Авторов	Документов
--Москва	1251	2001
--Санкт-Петербург	747	1298
--Московская область	334	695
--Ростовская область	142	525

Графы связи на примере групп в социальных сетях. КПРФ.



Организация взаимодействия между группами в социальных медиа на примере КПРФ.



Результаты дискурс-анализа. Выявленные проблемы освещения деятельности политических партий.

- Фрагментарное и эпизодичное использование внешних информационных поводов (привязка к праздничным датам и событиям).
- Дефицит сообщений о событиях, которые затрагивают социальную и культурную жизнь общества.

Примеры сообщений о социально-культурной сферах общества:

«Под флагами ЛДПР – на Всемирный день здоровья!».

«1 апреля, в праздник веселья и смеха провели благотворительную акцию помощи детям-сиротам, а именно...: Государственному бюджетному учреждению Новосибирской области "Центру помощи детям, оставшимся без попечения родителей "Рассвет", партнер проекта – «Единая Россия».

«Депутат Госдумы от «Единой России» поможет нижнетагдинскому спорткомплексу с оснащением».

Результаты дискурс-анализа. Выявленные проблемы освещения деятельности политических партий.

- **Низкий уровень адресности социально-медийных сообщений политических партий.**

Примеры адресных сообщений:

Для социальных общностей, ориентированных на разрешение экологических проблем:

"В Тульской области открылась вторая экологическая приемная «Единой России».

Для пожилых людей:

"Партийцы Чукотки помогают пожилым гражданам защититься от мошенников».

Для людей, которых беспокоят проблемы социальной сферы:

«...члены фракции «Единая Россия»...на круглом столе обсудили вопросы развития конкурентной среды по предоставлению услуг в социальной сфере».

Для людей, пострадавших от мошеннических схем:

"Необходимы действующие механизмы решения проблем пострадавших дольщиков.....».

Результаты дискурс-анализа. Выявленные проблемы освещения деятельности политических партий.

- Дефицит сообщений с рациональной аргументацией.

Пример: законопроект депутата от КПРФ В.Рашкина конструируется в социальных медиа как документ, прежде всего, нарушающий права человека. Альтернативных потоков КПРФ с рациональной аргументацией фактически нет.

«Правительственная комиссия по законопроектной деятельности не поддержала законопроект депутата от КПРФ Валерия Рашкина о запрете на обучение за рубежом детей государственных и муниципальных служащих..., а также топ-менеджеров госкорпораций... инициатива является "скандально-популистской", "нормы законопроекта направлены на ограничение конституционных прав несовершеннолетних детей — граждан Российской Федерации на образование».

Выводы (начало)

- Во-первых, несмотря на то, что политические партии обладают коммуникативной инфраструктурой в цифровом пространстве (сайты, аккаунты, блоги и микроблоги и т. д.), аудитория, вовлеченная в обсуждение, распространение, популяризацию идей, образов, проектов партий, может быть охарактеризована, как узкая, не позволяющая решать задачи масштабирования электоральной поддержки и привлечения новых целевых групп.
- Во-вторых, такая ситуация требует корректировки в управлении информационным потоком о политических партиях в социальных медиа, касающейся как содержания, так и технологий адресации и распространения контента о партиях в цифровой среде. Важно сконструировать систему мониторинга, поиска, диверсификации новостей и каналов их распространения.
- В-третьих, необходимо отметить, что формальный характер коммуникации в социальных медиа сопряжен со слабой интеграцией сообществ, что укорачивает жизненный цикл новостей/сообщений о партиях, препятствует созданию плотных социальных связей, необходимых для эффективного использования возможностей цифровой среды.

Выводы (окончание)

- В-четвертых, значимым шагом к оптимизации коммуникации в социальных медиа является построение сети партнёрских не политических сообществ, способных вовлекать новых участников, служить каналом для продвижения информационной повестки партии в сегментах с молодой аудиторией.
- В-пятых, политическим партиям важно осуществлять мониторинг социальных медиа с целью постоянного измерения социальных и политических настроений россиян, их потребностей и ожиданий, мнения о деятельности политических партий, их гражданской позиции по цифровым маркерам.

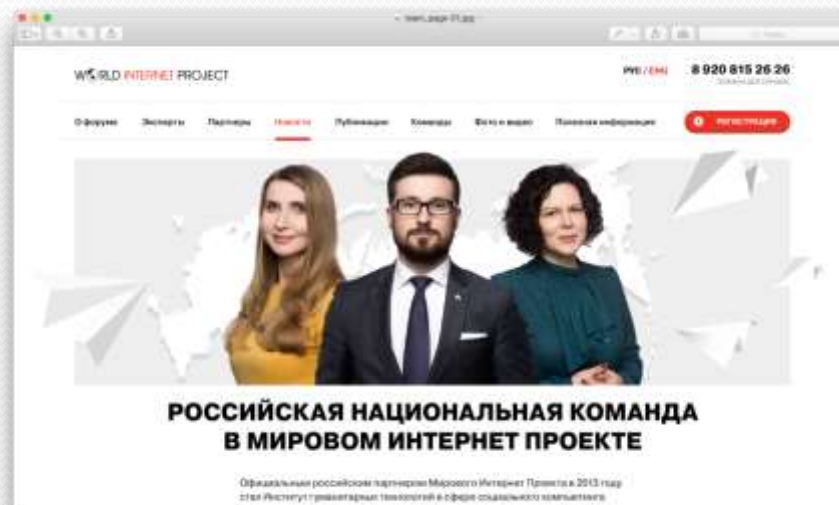
Перспективы исследования.

- Разработка и реализация мониторинга эффективности Интернет-коммуникации органов муниципальной и региональной власти по цифровым маркерам.
- Апробация методики и инструментария восприятия муниципальными и региональными пользователями органов власти по цифровым следам.

Основные публикации.

- Brodovskaya E.V., Dombrovskaya A., Karzubov D. Online mobilization of mass protests in Ukraine, Moldova, Armenia, and Kazakhstan (2013 -- 2016.): the results of comprehensive comparative empirical study // Proceedings of the International Conference on Electronic Governance and Open Society: Challenges in Eurasia St. Petersburg, Russia — September 04 - 06, 2017. ACM New York, NY, USA., 2017 - Pages: 32-36.
- Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Карзубов Д.Н. Развитие методологии и методики интеллектуального поиска цифровых маркеров политических процессов в социальных медиа // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2017. № 5. С. 79—104.
- Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Синяков А.В. Стратегии использования социальных сетей в современной России: результаты многомерного шкалирования // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 1. С. 283—296.
- Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Иванов И.С. Изменение стратегий онлайн-поведения российской интернет-аудитории: результаты сравнительного кластерного анализа (2012–2014 гг.) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. - 2016. - 3. С. 173 – 188.
- Азаров А.А., Бродовская Е.В., Дмитриева О.В., Домбровская А.Ю., Фильченков А.А. Стратегии формирования установок протестного поведения в сети интернет: опыт применения киберметрического анализа (на примере евромайдана, ноябрь 2013 г.) Часть I. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 2 (120). С. 63-78.
- Азаров А.А., Бродовская Е.В., Дмитриева О.В., Домбровская А.Ю., Фильченков А.А. Стратегии формирования установок протестного поведения в сети интернет: опыт применения киберметрического анализа (на примере Евромайдана, ноябрь 2013 г.) Часть II // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 3 (121).

Контактная информация



Бродовская Елена Викторовна, e-mail: brodovskaya@inbox.ru

Домбровская Анна Юрьевна, e-mail: an-doc@yandex.ru

Карзубов Дмитрий Николаевич, e-mail: karzubovdn@gmail.com