

Выборы

БРОДОВСКАЯ Елена Викторовна — доктор политических наук, профессор департамента политологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, ГСП-3, Ленинградский пр-кт, 49; brodovskaya@inbox.ru)

КАРЗУБОВ Дмитрий Николаевич — советник руководителя Управления социальной защиты населения Северо-Западного административного округа г. Москвы (123298, Россия, г. Москва, ул. Маршала Бирюзова, 10, корп. 1); наставник лаборатории аналитики больших данных ВОФ молодых политологов «Дигория» (karzubovdn@gmail.com)

ЛУКУШИН Владимир Андреевич — студент факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, ГСП-3, Ленинградский пр-кт, 49; lukushin@aol.com); стажер лаборатории аналитики больших данных ВОФ молодых политологов «Дигория»

ОЦЕНКА УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИЯМИ В ЦИФРОВЫХ СООБЩЕСТВАХ НОВЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ (2020 г.)

Аннотация. В статье представлены результаты оценки управления коммуникациями в онлайн-сообществах новых политических партий («Новые люди», «За правду», «Зеленая альтернатива»). Совместное использование автоматизированного кибернетического анализа и метода социальных графов позволило выделить набор индикаторов, характеризующих развитие цифровых партийных сообществ (показатели пользовательской активности, уровень открытости, а также число связей между участниками, являющееся ключевым фактором организации крупных сетевых комьюнити). По результатам исследования определен лидер по уровню управления цифровыми коммуникациями («Новые люди»), обоснованы возможности и препятствия, затрудняющие дальнейшее развитие системы цифровых коммуникаций анализируемых партий в преддверии нового электорального цикла.

Ключевые слова: политические партии, политические коммуникации, цифровые сообщества, киберметрия, цифровая среда, цифровые инфраструктуры, социальные графы

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 20-011-31407 «Интернет-коммуникации российских политических партий: масштаб, содержание и динамика информационных потоков в социальных медиа».

Проблемное поле. Предстоящая в 2021 г. избирательная кампания по выборам депутатов ГД ФС РФ может стать поворотной с точки зрения изменения устойчивой конструкции партийной системы благодаря существенному электоральному потенциалу «новых партий». Устойчивость конструкции российской партийной системы связана с рядом обстоятельств. Во-первых, частая смена электоральных правил игры не способствует появлению новых конкурентоспособных партийных акторов. Во-вторых, слабость и/или внесистемность оппозиции позволяет сохранять картельный характер взаимоотношений традиционных парламентских партий. В-третьих, относительная молодость института партий в постсоветской России, специфика состояния партийной культуры и партийных элит имеют своим логичным продолжением ограниченную конкурентность в партийной системе. Дальнейшее развитие партийной системы вызывает необходимость изучения проблем роста и распространения перспективных практик партийного строительства [Шаповалов 2019].

Устойчивые конструкции наиболее продуктивны в ситуациях, при которых необходимо обеспечить жизнеспособность политической системы общества. Вместе с тем в условиях необходимости обеспечения развития, особенно если это продиктовано «климатом ожиданий» в обществе, малодинамичные конструкции партийной системы ведут к снижению уровня легитимности института партий и усилению потребности в «новых лицах». Важно подчеркнуть, что перенос ряда партийных практик в цифровое пространство только усугубляет негативные эффекты сниженной динамики развития партийной системы, т.к. в интернет-пространстве политическим партиям приходится конкурировать за внимание электоральных групп с более популярными структурами гражданского общества, внесистемными акторами, лидерами и центрами общественного мнения, различными комьюнити и т.д.

Исходя из этого, новые партии, заявившие о себе на региональных выборах в 2020 г., имеют определенные шансы на переток голосов избирателей от традиционных парламентских партийных акторов. Появятся ли в будущем составе ГД ФС РФ новые силы и лица? Станет ли федеральный парламент площадкой, представляющей весь партийный спектр? Произойдет ли конверсия запроса части общества на обновление партийной системы в электоральное поведение? На решение этих и других вопросов направлено исследование, некоторые результаты которого мы представляем в настоящей статье.

Теоретический обзор. В современных исследованиях прослеживается эволюция представлений о роли института политических партий в политическом процессе, об их отношениях с государством и гражданским обществом [Митрахович 2019]. В качестве одного из направлений научного поиска в сфере исследования влияния социальных медиа на развитие институтов партийных систем и политических партий отмечается, что благодаря технологиям цифровых коммуникаций партийные акторы лучше адаптируются к условиям постматериалистической политической культуры. Так, А. Чедвик выдвигает гипотезу, что партии обновляются под влиянием цифровой среды, поскольку граждане, вовлекаемые в интернет-коммуникацию, трансформируют формат традиционной партийной организации, отвергая нормы иерархической дисциплины и привычную партийную лояльность [Chadwick, Stromer-Galley 2016].

Идею, согласно которой цифровизация способствует становлению новой партийной модели, поддерживает П. Гербаудо, благодаря которому дальнейшее развитие получила концепция платформизации. Суть обозначенной концепции заключается в том, что в цифровую эпоху политические партии повторяют организационные принципы цифровых социальных сетей для масштабирования электоральной поддержки [Gerbaudo 2019].

В свою очередь, Н. Браунинг и К.Д. Свитсер в своих исследованиях акцентируют внимание на том, как информационная повестка, фреймы и бренды в социальных медиа влияют на электоральный потенциал политических партий. Они подчеркивают необходимость управления информационным потоком и партийным интернет-контентом для эффективного использования цифровых коммуникаций с целевыми группами. По их мнению, дисфункции в этой сфере создают риски перетока электоральных голосов и снижения устойчивости электоральной базы политических партий [Browning, Sweetser 2020].

Ряд исследований посвящены вопросу соотношения позиций политических акторов в цифровых сетевых структурах и их электорального выбора. В частности, близость позиций в цифровых сетевых структурах коррелирует с унификацией частных электоральных установок [McClurg, Sokhey 2009]. Вместе с тем негативные эффекты цифровизации могут выражаться в том, что высокий уровень конкуренции между информационными потоками различных поли-

тических акторов скорее способствует снижению уровня политической активности пользователей [Mutz 2002; Fowler 2005].

Методология исследования. Методология исследования базируется на таких подходах, как новый институционализм в исторической и социологической версиях, сетевой подход.

Новый институционализм не только позволяет описывать природу устойчивости/неустойчивости позиций акторов в партийной системе (историческая версия подхода) [Streeck, Thelen 2005; Hall, Taylor 1996; Marcussen 2000; Steinmo 2008], но и при анализе электорального потенциала политических партий учитывать поиск баланса между формальными и неформальными составляющими в процессе продвижения бренда в социальных медиа (социологическая версия подхода) [DiMaggio, Powell 1991; Meyer 2008]. Применение в настоящем исследовании сетевого подхода обусловлено необходимостью решения задачи выявления специфики управления сетевыми структурами политических партий в социальных медиа [Eguluz et al. 2005; Бурков, Заложнев, Новиков 2001; Градосельская 2004]. Основываясь на теории графов, мы применили в качестве инструмента сетевого анализа программное обеспечение, позволяющее зафиксировать такие параметры сетей, как размер, плотность, однородность, сила связности, устойчивость и др. Методология и методика эмпирического исследования опираются на принципы и алгоритмы социально-медийной предиктивной аналитики, направленной на моделирование и прогнозирование социально-политических процессов по открытым цифровым следам интернет-пользователей [Бродовская и др. 2017].

Методика исследования. Методика исследования опирается на совмещение социально-медийной аналитики и метода социальных графов. Киберметрический анализ, проведенный посредством автоматизированного инструмента *Popsters*, позволяет собрать массив данных о пользовательской активности внутри цифровых сообществ трех новых политических партий – исследовательских кейсов («Новые люди», «За правду», «Зеленая альтернатива»). К ключевым показателям пользовательской активности можно отнести число участников, среднее число лайков, комментариев и репостов. Выборка включает 100 партийных аккаунтов, отобранных в крупнейших социальных медиа – ВКонтакте, *Instagram*, *Facebook* и *Telegram*. Помимо федеральных партийных сообществ, были охвачены региональные страницы, аккаунты партийных лидеров и активистов. Интервал выгрузки: 01.01.2020 – 31.12.2020. В свою очередь, метод социальных графов позволяет выявить структурные характеристики партийных сообществ, определяющих характер взаимодействия между участниками и уровень коммуникативного управления. Использование авторского программного обеспечения «Социальный граф» позволило проанализировать сообщества новых партий в 15 российских регионах. Важнейшим показателем в рамках текущего исследования стало число пользователей с наибольшими дружескими связями внутри указанных сообществ.

Результаты исследования. Статистические оценки партийных цифровых сообществ, полученные в ходе кибернетического анализа (см. табл. 1), свидетельствуют о высокой интенсивности коммуникаций внутри социально-медийных аккаунтов только одной исследуемой партии – «Новые люди». При этом уровень пользовательской активности является равномерным и зависит от численности аудитории сообществ. Наиболее активными являются региональные партийные группы, а также страницы местных активистов. Для сообществ партий «За правду» и «Зеленая альтернатива», напротив, характерна значительная неравномерность в различных видах активности. Значительная часть региональных партийных аккаунтов неактивна, что приводит к мини-

мальной реакции участников. Отметим, что среднее число комментариев, являющееся наиболее ценным показателем в контексте оценки управления цифровыми коммуникациями в силу генерации пользователями новых единиц контента, низкое у всех трех партий. Слабая мотивация и отсутствие заинтересованности участников партийных сообществ являются значительным препятствием в процессе создания крупных сетевых комьюнити.

Таблица 1

Средние показатели пользовательской активности в цифровых сообществах новых партий

Партия	Участники	Лайки	Репосты	Комментарии
«Новые люди»	1431	138	15	11
«За правду»	1201	52	7	8
«Зеленая альтернатива»	438	9	1	2

Особый интерес представляет изучение структурных характеристик отобранных сообществ. На основе автоматизированного анализа дружеских связей между участниками крупных региональных сообществ каждой из трех новых партий рассчитано среднее число пользователей с числом связей по трем уровням: от 10 до 30, от 30 до 60, более 60 (см. рис. 1). Последнюю категорию пользователей можно считать лидерами мнений, аккумулирующими наибольшее число связей и формирующими своеобразные сетевые хабы каждой партии. Немаловажным является статус ЛОМов, от которого зависит процесс управления коммуникациями. Для партий «Новые люди» и «За правду» характерен формальный статус лидеров, представляющих региональные отделения партий и занимающихся официальной работой на местах. Это крупные аккаунты местных руководителей, открытых к взаимодействию в цифровом пространстве, а также наиболее заинтересованных партийных активистов. Иная модель взаимосвязей зафиксирована при анализе партии «Зеленая альтернатива». Фактическое отсутствие крупных сетевых лидеров, обусловленное малым масштабом цифровых инфраструктур, привело к формированию небольшой группы неформальных микролидеров, представленных местными экоактивистами и волонтерами, объединяющими вокруг себя небольшие группы партийных сторонников. Подобная модель может стать эффективной в контексте конвертации цифровой экологической активности, однако снижает управляемость коммуникативных процессов.

Сопоставление среднего числа подписчиков отобранных сообществ с выявленными лидерами мнений демонстрирует наличие обратной корреляции между указанными показателями. Предположение об увеличении числа ЛОМов вместе с общей аудиторией цифровых сообществ является неверным. В случае с политическими сообществами данный факт скорее связан с искусственным расширением числа участников (накруткой), снижающим пользовательскую активность. В рассматриваемых кейсах зафиксирован обратный процесс – небольшие региональные сообщества наполнены наибольшим числом лидеров и микролидеров, обеспечивающих формирование сетевых структур в процессе прямой коммуникации (см. рис. 2). Учитывая указанные ранее характеристики пользовательской активности на региональном уровне, можно предположить, что подобная стратегия является наиболее успешной для поли-

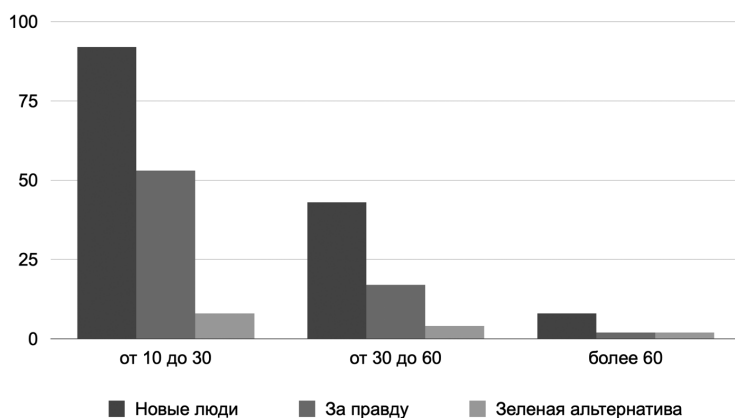


Рисунок 1. Число пользователей с наибольшим числом внутренних связей

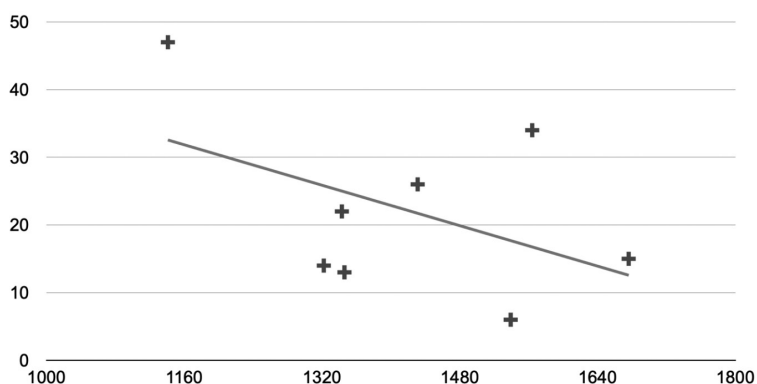


Рисунок 2. Зависимость между числом участников цифровых сообществ партии «Новые люди» и числом лидеров мнений

тических партий в новом электоральном цикле, особенно при подготовке избирательной кампании по одномандатным округам.

Заключительным этапом исследования стало определение среднего уровня открытости участников партийных сообществ, определяемого как доля пользователей с открытыми данными страницы, включая список друзей по всем отобранным группам (см. табл. 2). В большинстве случаев низкий уровень открытости связывается с двумя факторами: 1) сознательной скрытностью большей части участников, нежеланием публичной онлайн-активности в силу особенностей социального или профессионального статуса; 2) высоким уровнем ботовости сообщества, когда основная масса участников не являются реальными пользователями. Полученные на предыдущих этапах исследования данные о социально-демографических характеристиках партийных сообществ позволяют предположить, что низкий уровень открытости в данном случае обусловлен значительной долей молодежи в их числе. Современная молодежь в большей степени обеспокоена проблемами конфиденциальности и анонимности в Интернете. При сравнительно небольшом размере аудитории данный факт становится более явным. Автоматизированная проверка уровня ботовости региональных партийных сообществ подтверждает выдвинутое предположение.

Таблица 2

Средний показатель открытости участников цифровых сообществ новых партий

Партия	Уровень открытости, %
«Новые люди»	66,8
«За правду»	57,1
«Зеленая альтернатива»	68,8

Выводы и перспективы. Результаты проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы. Во-первых, качество управления цифровыми коммуникациями среди новых партий неоднородно. Партии по-разному подходят к вопросам организации цифровых сообществ и представителей. Во-вторых, формирование разветвленной плотной сетки партийных аккаунтов в крупнейших социальных медиа с учетом региональной специфики, привлечение лидеров и микролидеров, а также создание партийных центров общественного мнения (ЦОМов) является наиболее эффективной стратегией в преддверии избирательной кампании в ГД ФС РФ 2021 г., позволяющей новым игрокам в сжатые сроки нарастить информационное присутствие и узнаваемость до уровня парламентских партий. В-третьих, проблема низкой причастности аудитории и ее удержания является основной для новых политических проектов и требует особого внимания со стороны партийного руководства.

Перспективным направлением исследования является визуализация полученных данных по пользовательским связям при помощи специального программного обеспечения и выделение наиболее типичных практик организации цифровых сообществ новых партий в динамике как на федеральном, так и региональном уровне.

Список литературы

Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Карзубов Д.Н., Сиянков А.В. 2017. Развитие методологии и методики интеллектуального поиска цифровых маркеров политических процессов в социальных медиа. – *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. № 5. С. 79-104.

Бурков В.Н., Заложнев А.Ю., Новиков Д.А. 2001. *Теория графов в управлении организационными системами*. М.: Синтез. 124 с.

Градосельская Г.В. 2004. *Сетевые измерения в социологии*. М.: ИД «Новый учебник». 248 с.

Митрахович С.П. 2019. Европеизация и модернизация дискурса гражданского общества и политических партий. – *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. № 9(6). С. 18-23.

Шаповалов В.Л. 2019. Социальное благополучие граждан в программах российских политических партий. – *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. № 9(2). С. 58-69.

Browning N., Sweetser K.D. 2020. How Media Diet, Partisan Frames, Candidate Traits, and Political Organization–public Relationship Communication Drive Party Reputation. – *Public Relations Review*. Vol. 46. No. 2. P. 1-17.

Chadwick A., Stromer-Galley J. 2016. Digital Media, Power, and Democracy in Parties and Election Campaigns. – *International Journal of Press/Politics*. Vol. 21. No. 3. P. 1-11.

- DiMaggio P.J., Powell W.W. 1991. Introduction. – *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: University of Chicago Press. P. 1-38.
- Eguluz V.M., Zimmerman M.G., Cela-Conde C.J., Miguel M.S. 2005. Cooperation and the Emergence of Role Differentiation in the Dynamics of Social Networks. – *American Journal of Sociology*. Vol. 110. No. 4. P. 977-1008.
- Fowler J. 2005. Turnout in a Small World. – *Social Logic of Politics: Personal Networks as Contexts* (ed. by A.S. Zuckerman). Philadelphia: Temple University Press. P. 269-287.
- Gerbaudo P. 2019. *The Digital Party: Political Organization and Online Democracy*. Pluto Press. 240 p.
- Hall P., Taylor R. 1996. Political Science and the Three New Institutionalisms. – *Political Studies*. No. 44. P. 936-957.
- Marcussen M. 2000. *Ideas and Elites: The Social Construction of Economic and Monetary Union*. Aalborg University Press. 312 p.
- McClurg S.D., Sokhey A.E. 2009. Social Networks and Correct Voting. – *Working Papers*. Paper 3. P. 1-30.
- Meyer J.W. 2008. Reflections on Institutional Theories of Organizations. – *The SAGE handbook of organizational institutionalism* (ed. by R. Greenwood). Los Angeles: Sage Publications. P. 788-809.
- Mutz D. 2002. Cross-Cutting Social Networks: Testing Democratic Theory in Practice. – *American Political Science Review*. Vol. 96. No. 1. P. 111-126.
- Steinmo S. 2008. *What is Historical Institutionalism? Approaches and Methodologies in the Social Sciences: A Pluralist Perspective* (ed. by D. Porta, M. Keating). N.Y.: Cambridge University Press. 383 p.
- Streeck W., Thelen K. 2005. *Beyond Continuity: Institutional Change in Advanced Political Economies*. Oxford University Press. 312 p.

BRODOVSKAYA Elena Viktorovna, Dr.Sci. (Pol.Sci.), Professor of the Department of Political Science, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, GSP-3, Moscow, Russia, 1259930; brodovskaya@inbox.ru)

KARZUBOV Dmitry Nikolaevich, Advisor to the Head of the Department of Social Protection of the Population, North-Western Administrative District of Moscow (bld. 1, 10 Marshala Biryuzova St, Moscow, Russia, 123298); Mentor of the Laboratory of Big Data Analytics of «Digoria» Scientific Forum (karzubovdn@gmail.com)

LUKUSHIN Vladimir Andreevich, student of the Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, GSP-3, Moscow, Russia, 1259930; lukushin@aol.com); intern of the Laboratory of Big Data Analytics of «Digoria» Scientific Forum

EVALUATION OF COMMUNICATION GOVERNANCE IN THE DIGITAL COMMUNITIES OF NEW POLITICAL PARTIES (2020)

Abstract. The article presents the results of an assessment of communication management in the online communities of new political parties (New People, For the Truth, Green Alternative). The combined use of automated cybernetic analysis and the method of social graphs made it possible to determine a set of indicators characterizing the development of digital party communities: indicators of user activity, the level of openness of participants, as well as the number of connections between participants, which is a key factor in organizing large network communities. The results of the study identify a leader in terms of digital communications management (New People), substantiate the opportunities and obstacles hindering the further development of the digital communications system of parties on the eve of a new electoral cycle.

Keywords: political parties, political communications, digital communities, cybermetrics, digital environment, digital infrastructures, information flows