

Научная статья
УДК 324
DOI: 10.21209/2227-9245-2023-29-4-139-149

Сетевой контент кандидатов в губернаторы субъектов Сибирского федерального округа: особенности содержания в избирательной кампании 2023 года

Елена Викторовна Матвеева¹, Алиса Владимировна Алагоз²

^{1, 2}Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия, г. Кемерово, Россия

¹mev.matveeva2020@yandex.ru, ²aliscristall@mail.ru

Информация о статье:

Статья поступила
в редакцию 17.09.2023

Одобрена после
рецензирования 08.11.2023

Принята к публикации
10.11.2023

Ключевые слова:

интернет-коммуникации,
губернаторы,
сетевой контент
региональных политиков,
медиаактивность
политиков, социальные
сети; сетевой анализ,
избирательная кампания
2023, выборы, регион;
Сибирский федеральный
округ

Актуальность исследования обусловлена высокой динамикой развития сетевого общества в Российской Федерации. В качестве объекта исследования рассмотрен сетевой контент кандидатов в губернаторы субъектов Сибирского федерального округа. Предмет исследования заключался в изучении особенностей ведения сетевого контента кандидатами в губернаторы субъектов Сибирского федерального округа. Целью исследований являлось выявление региональных особенностей ведения сетевого контента кандидатами в губернаторы в период проведения избирательной кампании 2023 г. на примере субъектов Сибирского федерального округа. Основными задачами исследований выступили: обзор научных публикаций, определение медиаактивных политиков в социальных сетях, выявление тактики ведения сетевого контента в аккаунтах кандидатов в губернаторы, внесение предложений по совершенствованию работы политиков в ведении контента в социальных сетях. В качестве методов исследования применялись: метод сетевого анализа, контент-анализ, семантический анализ, общенаучные методы (метод системного анализа, метод синтеза, индукции и дедукции) и методологические подходы (системный и сравнительный подходы). Выявлены политики с наибольшей и наименьшей медиаактивностью, а также регионы, где наблюдается высокий уровень противостояния между кандидатами (Красноярский край и Республика Хакассия). Определено, что большинство политиков придерживается традиционной тактики наполнения сетевого контента, связанного с решением приоритетных задач социально-экономического развития региона. Отдельные кандидаты используют тактику проведения культурно-массовых мероприятий, показывая, таким образом, сплочение общества вокруг своего лидера. Полученные практические результаты будут способствовать расширению технологий ведения социальных сетей региональными политиками, а также их следует учитывать при прогнозировании результатов избирательных кампаний.

Original article

Network Content of Candidates for Governor of the Siberian Federal District: Features Contents in the 2023 Election Campaign

Elena V. Matveeva¹, Alice V. Alagoz²

^{1, 2}Kuzbass State Agricultural Academy, Kemerovo, Russia

¹mev.matveeva2020@yandex.ru, ²aliscristall@mail.ru

Information about the article:

Received 17 September, 2023

Approved after review
8 November, 2023

Accepted for publication
10 November, 2023

The relevance of the study is due to the high dynamics of development of the network society in the Russian Federation. The main object of the study is the network content of candidates for governors of the constituent entities of the Siberian Federal District. The subject of the study is the peculiarities of maintaining network content by candidates for governors of the constituent entities of the Siberian Federal District. The purpose of the article is to identify regional features of maintaining online content by gubernatorial candidates during the 2023 election campaign using the example of the subjects of the Siberian Federal District. The main objectives of the article are: review of scientific publications, identification of media active politicians in social networks, identification of tactics for maintaining network content in the accounts of gubernatorial candidates, making proposals for improving the work of politicians in maintaining content in social networks. As research methods, the method of network analysis, content analysis, semantic analysis, general scientific

Keywords:

Internet communications, governors, network content of regional politicians, media activity of politicians, social media, network analysis, election campaign 2023, elections, region, Siberian Federal District

methods (method of system analysis, method of synthesis, induction and deduction) and methodological approaches (systemic and comparative approaches) have been used. Politicians with the greatest and least media activity were identified, as well as regions where there is a high level of confrontation between candidates (Krasnoyarsk Territory and the Republic of Khakassia). The study has showed that the majority of politicians adhere to the traditional tactics of filling network content on their accounts related to solving priority problems of the social and economic development of the region. A number of candidates use the tactics of creating a single cultural space through cultural events, thus demonstrating the unity of society lined up behind its leader. The practical results obtained will contribute to the expansion of technologies for maintaining social networks by regional politicians, and they should also be taken into account when predicting the results of election campaigns.

Введение. Интернет-пространство представляет сегодня одну из динамично развивающихся сфер российского общества с высокой динамикой изменений нормативно-правовой базы, развитием самих инновационных технологических нововведений в форме искусственного интеллекта и IT-технологий, появлением новых функций в перечне возможностей в социальных сетях и мессенджерах, динамикой востребованности среди пользователей социальных сетей (включая время нахождения в социальных сетях с помощью мобильных устройств). Сетевизация общества несёт в себе и сопутствующие изменения в политической сфере, которая не может развиваться как самостоятельная среда для «избранных» (политическая элита), а приобретает всё новые проявления цифровой реальности, где существенное место начинает играть внедрение в политические процессы цифровых технологий.

Одним из нововведений в политической сфере становится внедрение в повседневную жизнь человека дистанционного участия в избирательных кампаниях, которое не требует изменения локации человека в территориальном пространстве, а для осуществления своего гражданского права по избранию должностных лиц в органы власти избирателю достаточно наличие любого гаджета с выходом в сеть Интернет. Получив свою первоначальную апробацию в сентябре 2019 г. на выборах в Московскую городскую думу (сама процедура была апробирована в России ещё в 2000-е гг.), дистанционное электронное голосование (ДЭГ) в текущем избирательном цикле в сентябре 2023 г. применялось в 25 регионах Российской Федерации, из которых впервые в 18 регионах (среди регионов Сибирского федерального округа – это Новосибирская область, Томская область, Алтайский край)¹.

¹ Мисливская Г. Онлайн-голосование пройдет в 25 регионах, расположенных в пяти часовых поясах. –

Наряду с распространением ДЭГ отметим и такой весьма значимый аспект развития интернет-пространства, заключающийся в том, что сеть Интернет становится средством не только неформального общения пользователей социальных сетей, но и официальным средством интернет-коммуникации между политиками и пользователями сетей. При этом возможная инертность, пассивность и даже апатия ко всему политическому в офлайн пространстве общества нивелируется и приобретает формы гражданского активизма в социальных сетях (онлайн формы), становясь мощным ресурсом (включая оппозиционный потенциал) воздействия на власть и принятие управленческих решений [11; 12; 16; 17].

Актуальность исследования обусловлена значимостью проведения политического анализа сетевого контента кандидатов в губернаторы субъектов Сибирского федерального округа при изучении одной из важнейших сторон деятельности политиков – интернет-коммуникации с пользователями социальных сетей в период избирательной кампании сентября 2023 г. Высокая динамика развития сетевого общества в Российской Федерации, а вместе с этим запрос федерального центра к регионам в выстраивании качественной информационной политики ставит задачу перед каждым политиком в потребности ведения социальных сетей. Нельзя не отметить и тот факт, что среди всех субъектов политики наибольшее внимание со стороны населения привлекает сетевой контент губернаторов, интерес к которому возрастает в периоды избирательных кампаний. Формат обращения кандидатов в губернаторы к населению и смысловое наполнение постов контента фактически позволяют прогнозировать возможные перспективы развития региона на

URL: <https://rg.ru/2023/06/07/online-golosovanie-projdet-v-25-regionah-raspolozhennyh-v-piati-chasovyh-poiasah.html> (дата обращения: 18.08.2023). – Текст: электронный.

весь период избрания конкретного кандидата губернатором.

Потенциал использования социальных сетей как вида интернет-коммуникаций в сфере политики весьма многоаспектен. Непосредственно сетевой контент губернаторов направлен на решение следующих политических задач: информационное сопровождение текущей федеральной и региональной повестки; доведение до общества приоритетов регионального и муниципального развития в рамках конкретного региона (экономика, образование, здравоохранение, социальная сфера, культура, спорт); средство решения социальных проблем населения, своевременное реагирование на латентные кризисные ситуации и риски в системе муниципальных образований; в периоды избирательных кампаний инструмент по продвижению среди пользователей социальных сетей политических программ и конкретных социально-экономических задач, решению которых намерен уделить внимание политик.

Объект исследования – сетевой контент кандидатов в губернаторы субъектов Сибирского федерального округа. **Предмет** – особенности ведения сетевого контента кандидатами в губернаторы субъектов Сибирского федерального округа в период избирательной кампании 2023 г.

Цель исследований – выявить региональные особенности ведения сетевого контента кандидатами в губернаторы в период проведения избирательной кампании 2023 г. на примере субъектов Сибирского федерального округа.

В этой связи основными исследовательскими задачами выступили:

- осуществить обзор научных публикаций, связанных с изучением политических коммуникаций и политических интернет-коммуникаций в региональном медиaprостранстве;

- провести выгрузку количественных данных из числа подписчиков в социальных сетях «ВКонтакте», «Телеграмм», «Одноклассники» для определения медиаактивности политиков;

- с помощью семантического анализа контента наиболее медиативных политиков определить топы ключевых слов в постах телеграмм-каналов политиков;

- выявить тактику ведения сетевого контента в аккаунтах кандидатов в губернаторы на примере субъектов Сибирского федерального округа;

- внести предложения по совершенствованию работы политиков в ведении контента в социальных сетях.

Методологию и методы исследования составили метод сетевого анализа, контент-анализ, семантический анализ, общенаучные методы (метод системного анализа, метод синтеза, индукции и дедукции) и методологические подходы, в частности, системный и сравнительный подходы.

В качестве основного метода исследования применялся метод сетевого анализа аккаунтов региональных политиков, участвующих в выборах на должность губернатора в регионах Сибирского федерального округа. Хронологические рамки исследования (замер, обработка и анализ данных) охватывали агитационный период избирательной кампании кандидатов в губернаторы с 12 августа по 31 августа 2023 г.

Применение метода сетевого анализа определялось первоначально полученными данными о количестве подписчиков в аккаунтах политиков в результате нескольких хронологических замеров (14 июня – начало регистрации кандидатов, с 12 августа – агитационный период кандидатов) с помощью метода контент-анализа. Результаты контент-анализа позволили определить наиболее медиаактивных кандидатов в каждом субъекте СФО.

Для создания сетевых графов проведен семантический анализ, в ходе которого обработаны большие данные (Big Data) с последующей выгрузкой дата-сет сообщений в аккаунтах политиков. Получены топ-10 наиболее часто повторяемых ключевых слов и определены связи между ними в формате узел – ребра. Визуализация полученных топ-10 ключевых слов представлена по отдельным кандидатам (в основе выборки был положен принцип наивысшей медиаактивности политика, включая количество подписчиков в социальных сетях) в виде сетевых графов.

Разработанность темы. Проблема социальных сетей в политической науке берет начало с работ теоретиков, занимавшихся изучением феномена политических коммуникаций и политических интернет-коммуникаций. Непосредственно исследования политической коммуникации относятся к середине – второй половине XX в. и связаны с представителями двух подходов. Кибернетический подход (К. Шеннон, У. Уивер, Н. Винер, К. Дойч и др.) рассматривает коммуникацию как линейный однонаправленный процесс по

перемещению информации. Представители символического подхода (У. Эко, П. Бурдьё, Ю. Лотман и др.), в свою очередь анализируют символические элементы в коммуникационных процессах. У. Эко коммуникация воспроизводится через знаковые системы. Причём затрагивая культурную сферу, У. Эко фактически позволяет переносить знаки на различные сферы общества, включая политику¹. Ю. Лотман рассматривает коммуникацию сквозь призму разработанных им коммуникационных моделей – «Я – Он» и «Я – Я», где вторая модель акцентирует внимание на сообщении, которое в ходе процесса передачи информации обретает новый смысл при этом носитель информации не меняется².

Вопросы политических интернет-коммуникаций представлены в настоящее время существенным научным заделом, начиная с теорий сетевого общества Д. Белла, Э. Тоффлера, М. Кастельса, М. Маклюэна, заканчивая исследованиями современных зарубежных и российских учёных [2; 10; 19–21]. М. Н. Грачев рассматривает политическую интернет-коммуникацию как процесс обмена информацией, применяемую в вопросах «борьбы за власть и её осуществление»³. С. В. Володенков уделяет внимание воздействию на интернет-коммуникации информационных технологий, которые определяют в результате функциональность осуществляемой коммуникаций [3, с. 114]. В зарубежных исследованиях рассматриваются вопросы возрастания влияния феномена социальной сложности на интернет-коммуникации (Д. Дзола), механизмы работы социальных сетей (Р. Хойслинг) и др.⁴

Проблематике изучения интернет-коммуникаций губернаторов чаще всего уделяется внимание в рамках отдельных регионов. Тематическая направленность исследований отражает происходящие в последние годы процессы внутри страны и за её пределами

¹ Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / пер. с итал. В. Г. Резник, А. Г. Погоняйло. – СПб.: Симпози-ум, 2006. – 538 с.

² Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. – М.: Языки рус. культуры: Кошелев, 1996. – 447 с.

³ Грачев М. Н. К вопросу об определении понятий «политическая коммуникация» и «политическая информация» // Вестник Российского университета дружбы народов. – 2003. – № 4. – С. 37.

⁴ Дзола Д. Демократия и сложность: реалистический подход / пер. с англ. А. А. Калинина. – М.: Высшая школа экономики, 2010. – 320 с.; Хойслинг Р. Социальные процессы как сетевые игры. Социологические эссе по основному аспекту сетевой теории. – М.: Логос-Альтера, 2003. – 191 с.

(COVID-19, СВО) [1; 8; 13], уделяется внимание имиджевой составляющей региональных политиков [4; 6; 9; 15]. В отдельных исследованиях авторы делают акцент на формах коммуникации между властью и обществом с помощью социальных сетей, проводят анализ каналов «обратной связи» как механизма по взаимодействию власти и пользователей социальных медиа [5; 7; 14; 18].

Проведённый обзор степени разработанности проблемы показывает, что представленный перечень публикаций не отражает все стороны рассматриваемой проблемы в силу привязки к конкретным территориальным границам и рассмотрению политических программ кандидатов в определённый хронологический период времени. Кроме того, высокая динамика в развитии информационных технологий и информационной политики требует оперативного реагирования на происходящие изменения.

Результаты исследования. В качестве материалов исследования выступили данные медиаактивности политиков за рассматриваемый период в наиболее востребованных у политиков социальных сетях – «ВКонтакте», «Телеграмм» и «Одноклассники»⁵. Выгрузка количественных данных из числа подписчиков в трёх отмеченных ранее социальных сетях производилась на 20 августа 2023 г. (табл. 1).

Полученные данные показывают рост интереса со стороны пользователей к аккаунтам политиков в социальной сети «Телеграмм» в период регистрации кандидатов губернаторы с 14 июня по 11 августа 2023 г. (падение числа пользователей на 77 чел. только у Андрея Травникова). В период проведения агитационной кампании с 12 августа 2023 г. положительная динамика наблюдается у 3-х кандидатов (Михаил Котюков, Сергей Цивилев и Виталий Хоценко). При этом, если в случае с врио главы Красноярского края Михаилом Котюковым и врио главы Омской области Виталием Хоценко данная тенденция объяснима интересом населения к новым политическим акторам и их предвыборным программам, то относительно телеграмм-канала главы Кузбасса Сергея Цивилева «Цивилев. Live» данный рост можно объяснить результатом хорошо организованной избирательной кампании политтехнологами консалтинговой группы «Полилог».

⁵ Создатели смыслов. – URL: <https://cpkr.ru/issledovaniya/budushchee/sozdateli-smyslov/> (дата обращения: 12.08.2023). – Текст: электронный.

Таблица 1 / Table 1

Количество подписчиков кандидатов в губернаторы в социальных сетях, чел. / Number of subscribers of candidates for governor in social networks, people¹

Кандидат / Candidate	Партия / Party	«ВКонтакте» / «VKontakte»	«Телеграмм» / «Telegram»	«Одноклассники» / «Classmates»
1. Кемеровская область – Кузбасс / Kemerovo Region – Kuzbass				
Сергей Цивилев / Sergey Tsiviliev	«Единая Россия» / «United Russia»	97 700	44 484	35 092
Станислав Карпов / Stanislav Karпов	ЛДПР / LDPR	1 078	203	527
Екатерина Грунтова / Ekaterina Gruntova	КПРФ / KPRF	2 692	-	-
Юрий Скворцов / Yuri Skvortsov	«Справедливая Россия – Патриоты – За правду» / «Fair Russia – Patriots – For the Truth»	5 648	-	-
2. Новосибирская область / Novosibirsk region				
Андрей Травников / Andrey Travnikov	«Единая Россия» / «United Russia»	29 000	16 995	11 709
Роман Яковлев / Roman Yakovlev	КПРФ / KPRF	3 469	-	2 236
Евгений Лебедев / Evgeny Lebedev	независимый / independent	3 547	-	1 250
Владислав Плотноков / Vladislav Plotnikov	«Справедливая Россия – Патриоты – За правду» / «Fair Russia – Patriots – For the Truth»	5 124	6	1 114
3. Красноярский край / Krasnoyarsk Territory				
Михаил Котоков / Mikhail Kotoikov	«Единая Россия» / «United Russia»	18 213	54 200	3 705
Александр Глисков / Alexander Glistkov	ЛДПР / LDPR	17 016	4 850	5 918
Ирина Иванова / Irina Ivanova	«Зеленые» / «Green»	-	-	-
Андрей Новак / Andrey Novak	КПРФ / KPRF	-	-	-
Максим Маркерт / Maxim Markert	«Справедливая Россия – Патриоты – За правду» / «Fair Russia – Patriots – For the Truth»	-	-	-
4. Республика Хакассия / Republic of Khakassia				
Валентин Коновалов / Valentin Konovalov	КПРФ / KPRF	35 294	3 813	16 105
Сергей Сокол / Sergey Sokol	«Единая Россия» / «United Russia»	12 788	2 630	-
Владимир Грудинин / Vladimir Grudinin	«Коммунисты России» / «Communists of Russia»	8 195	107	-
Михаил Молчанов / Mikhail Molchanov	ЛДПР / LDPR	3 032	618	-
5. Алтайский край / Altai Region				
Виктор Томенко / Victor Tomenko	«Единая Россия» / «United Russia»	7 200	21 400	4 706
Евгения Боровикова / Evgeniya Borovikova	«Справедливая Россия – Патриоты – За правду» / «Fair Russia – Patriots – For the Truth»	4 403	324	2 623
Сергей Булаев / Sergey Bulaev	ЛДПР / LDPR	4 655	154	4
Сергей Малинкович / Sergey Malinkovich	«Коммунисты России» / «Communists of Russia»	727	437	54
Елена Хрусталева / Elena Khrustaleva	«Партия пенсионеров» / «Party of Pensioners»	-	-	58
6. Омская область				
Виталий Хоценко / Vitaly Khoitsenko	«Единая Россия» / «United Russia»	80771	37 125	12 418
Максим Макаленко / Maxim Makalenko	ЛДПР / LDPR	5 784	153	-
Андрей Алехин / Andrey Alekhine	КПРФ / KPRF	1 107	-	280
Владимир Казанин / Vladimir Kazanin	«Коммунисты России» / «Communists of Russia»	479	136	326

¹ Здесь и далее в статье все таблицы составлены авторами.

Согласно полученным данным, среди зарегистрированных кандидатов в губернаторы СФО (26 политиков) не ведут ни одну социальную сеть четыре кандидата (либо профиль имеющейся сети закрыт как в случае с кандидатом от партии КПРФ в Кузбассе Екатериной Грунтовой). Практически все они являются кандидатами, не представляющими реальной конкуренции врио губернатору Красноярского края Михаилу Котюкову. В определённой мере о конкретной борьбе или, по крайней мере, о высокой степени противостояния между кандидатами можно говорить применительно к двум регионам – Красноярскому краю (между Михаилом Котюковым «Единая Россия» и Александром Глисковым ЛДПР) и Республике Хакасия (Валентин Коновалов КПРФ и Сергей Сокол «Единая Россия»). Данные по остальным субъектам РФ показывают низкий уровень предвыборной конкуренции, о чём свидетельствует, в частности, охват населения через социальные сети. По партийной принадлежности все кандидаты-лидеры по ко-

личеству подписчиков за исключением Валентина Коновалова (КПРФ) являются членами партии «Единая Россия».

Медиаактивность кандидатов в губернаторы рассмотрена по такому индикатору как прирост числа пользователей в социальной сети «Телеграмм». В каждом из регионов СФО выделено по одному кандидату с наибольшей активностью (табл. 2).

Проведённый анализ семантической направленности телеграмм-каналов по приросту пользователей среди кандидатов на примере трех кандидатов в губернаторы (Михаил Котюков, Виталий Хоценко, Сергей Цивилев) за период с 12 по 31 августа 2023 г. позволил получить следующие тематические блоки в виде топ-10 ключевых слов. Принцип выборки дата-сет сообщений включал в себя анализ топа сообщений, получивших наибольшее количество реакций и просмотров пользователей социальной сети «Телеграмм». Сетевой граф кандидата в губернаторы Кузбасса Сергея Цивилева¹ представлен на рис. 1.

Таблица 2 / Table 2

Количество подписчиков медиаактивных кандидатов в губернаторы в социальной сети «Телеграмм», чел. / Number of subscribers of media-active candidates for governor in the Telegram social network, people

Кандидат / Candidate	Количество подписчиков / Number of subscribers		
	14 июня	12 августа	20 августа
Михаил Котюков / Mikhail Kotyukov	50 161	53 964	54 200
Сергей Цивилев / Sergey Tsivilev	19 127	25 184	44 484
Виталий Хоценко / Vitaly Khotsenko	27 674	35 765	37 125
Андрей Травников / Andrey Travnikov	17 092	17 015	16 995
Виктор Томенко / Victor Tomenko	20 814	21 391	21 400
Валентин Коновалов / Valentin Kononov	3 181	3 672	3 813



Рис. 1. Сетевой граф семантической направленности постов кандидата в губернаторы Сергея Цивилева / Fig. 1. Network graph of semantic orientation of Sergey Tsivilev posts as a candidate for governor

¹ Все узлы, включая названия населённых пунктов, указываются с маленькой буквы согласно выгрузке из программы обработки дата-сет сообщений.

Основным узлом в сетевом графе Сергея Цивилева (как и у других политиков) является сам кандидат. В качестве смысловых блоков разной цветовой гаммой выделены две ключевые тематические линии: 1) проведение в Кузбассе музыкального фестиваля «Русское лето. ЗаРоссию» и гала-концерта конкурса «ПесниЗаРодину» (ключевые слова – «музыкальный», «фестиваль»); 2) организация и проведение межрегиональных соревнований «Кубок Защитников Отечества» для ветеранов СВО (ключевые слова – «кубок», «участник», «спорт», «защитник», «отечество»). Отдельно отмечены такие ключевые слова, как «губернатор», «Кемерово», «Кузбасс», которые фактически являются основополагающими в постинге политика. Сетевой граф Сергея Цивилева, исходя из тематических блоков, целенаправленно уходит от обращения в агитационный период к острым социально-экономическим проблемам (хотя их решение продолжается). При этом достаточно активно в телеграмм-канале публикуются посты, связанные не просто с темой проведения СВО, а с дальнейшим процессом по расширению мер поддержки к участникам СВО через реализацию новых культурно-массовых проектов, позволяющих сплотить разные социальные группы общества вокруг темы патриотизма.

Сетевой граф кандидата в губернаторы Омской области Виталия Хоценко имеет несколько иную направленность (рис. 2).

Кандидат в губернаторы Виталий Хоценко старается максимально привлечь элек-



Рис. 2. Сетевой граф семантической направленности постов кандидата в губернаторы Виталия Хоценко / **Fig. 2.** Network graph of semantic orientation of Vitaly Khotenko posts as a candidate for governor

торат к своей политической повестке путём выделения основных социально-экономических приоритетов, на решение которых будет направлена его работа в должности главы региона. Причем политик старается в своих постах обратить внимание на федеральную значимость и поддержку федерального центра своих инициатив, поддержку со стороны Генерального совета партии «Единая Россия», крупного бизнеса в регионе. Значимое место в постах отводится федеральному финансированию на реализацию проектов. В числе поддержанных проектов кандидата на федеральном уровне позиционируются в рамках презентации политика такие, как выделение средств на развитие инфраструктуры детского отдыха, приоритетные задачи по развитию АПК как ведущей отрасли региона, строительство социальных объектов и газификация региона.

В сетевом графе это представлено в рамках двух тематических блоков – тематика, связанная с региональным развитием (ключевые слова – «область», «город», «регион»), и федеральная тематика контента, направленная на развитие Омской области (ключевые слова – «федеральный», «рубль», «правительство» и др.)

Основным тематическим наполнением сетевого графа кандидата в губернаторы Красноярского края Михаила Котюкова является ориентация политика на интересы каждого жителя Красноярска, Минусинска и других населённых пунктов Красноярского края (рис. 3).



Рис. 3. Сетевой граф семантической направленности постов кандидата в губернаторы Михаила Котюкова / **Fig. 3.** Network graph of semantic orientation of Mikhail Kotyukov posts as a candidate for governor

Ключевые темы аккаунта политика сконцентрированы на таких словах, как «город», «Минусинск», «житель», «человек» и др. В своих постах Михаил Котюков затрагивает вопросы встреч с главами муниципалитетов по вопросу выстраивания траекторий социально-экономического развития территорий; рассказывает о распоряжении по сокращению численности госаппарата в регионе; поздравляет жителей с днём физкультурника, при этом пишет, что спорт важен, как лично для него, так и всё большего количества жителей края, выбирающих здоровый образ жизни; подчёркивает значимость проведения культурных мероприятий в рамках подготовки к празднованию 100-летия со дня рождения Виктора Астафьева. Как и в постах, у Виктора Хоценко присутствует сходство в формате раскрытия новостного контента через призму поддержки реализуемых решений со стороны федерального центра. Но при этом, как мы отметили ранее, данная поддержка менее выражена и главное внимание обращено на реализацию интересов красноярцев.

Таким образом, сетевой контент у большинства рассмотренных медиаактивных политиков показывает, что особое место отводится решению социально-экономических задач в сфере культуры, АПК, спорта и т. д. Такой вектор ведения контента вполне оправдан, т. к. позволяет пользователям увидеть и оценить основные приоритеты в развитии региона и с учётом вышеобозначенных тем внести свои предложения через каналы «обратной связи» (лайки, комментарии, репосты, просмотры) на опубликованные посты.

Менее выраженной особенностью на фоне ранее отмеченной выглядит деятельность отдельных региональных политиков, которые выдвинуты, как правило, партией «Единая Россия» на второй срок и делают акцент не на своих результатах работы в регионе, а на реализации крупных культурно-массовых мероприятий, подчёркивая одновременно свою поддержку государственного курса страны, и акцентируя внимание общества на том, что ранее таких масштабных мероприятий в регионе попросту не проводилось (кандидат в губернаторы Кемеровской области – Кузбасса Сергей Цивилев). В результате делается ставка на консолидацию общества под эгидой конкретных проектов, консолидация населения вокруг патриотических ценностей государства, демонстрируется единство и сплочённость общества независимо от возраста, пола, этнической

принадлежности человека. Как показывают результаты избирательной кампании сентября 2023 г., такая тактика вполне может быть оправдана и результативна. Кузбасс демонстрирует рекордную явку на выборах среди всех регионов Сибирского федерального округа (79 % согласно данным телеграмм-канала «Клуб-Регионов» с опорой на предварительные данные региональных избиркомов и ЦИК на 10 сентября 2023 г.), показывая единство вокруг избранного большинством голосов губернатора Сергея Цивилева, занявшего среди избираемых губернаторов в СФО первое место (85,24 %), среди губернаторов по стране третье место после Василия Анохина (Смоленская область) и Михаила Ведерникова (Псковская область)¹.

Выводы. Подводя итоги, необходимо отметить, что медиаактивность рассмотренных кандидатов в губернаторы в субъектах Сибирского федерального округа отличается, как применительно к конкретной социальной сети, так и по персоналиям. С большим отрывом по количеству подписчиков и соответственно охвату населения предлагаемым контентом от остальных кандидатов идут действующие губернаторы или врио губернаторов. Среди зарегистрированных кандидатов 15 % составляли кандидаты, не зарегистрированные ни в одной социальной сети или имеющие закрытый профиль, что показывает формализацию процесса конкурентной борьбы среди выдвинутых кандидатур. Партийная принадлежность всех кандидатов-лидеров по медиаактивности в избирательной кампании демонстрирует, что политики в субъектах СФО являются членами партии «Единая Россия».

Проведённый семантический анализ постов в телеграмм-каналах политиков позволил выделить топы ключевых слов. Полученные результаты сетевого контента телеграмм-каналов кандидатов в губернаторы фактически дают возможность рассматривать публикуемые посты политиков в рамках двух основных тактических линий в ведении контента аккаунтов – традиционной тактики и тактики создания единого культурного пространства.

¹ Явка на выборы глав регионов РФ на 18:00 (время регионов). – URL: <https://web.telegram.org/a/#-1285739747> (дата обращения: 13.09.2023). – Текст: электронный; Результаты выборов Глав субъектов РФ (полный список – распределил по количеству голосов за. Подготовил тг канал Политтехнологи). – URL: <https://web.telegram.org/a/#-1285739747> (дата обращения: 13.09.2023). – Текст: электронный.

Полученные в рамках проведенного исследования результаты оценки медиаактивности политиков по различным индикаторам, в том числе тематической направленности контента, следует учитывать при прогнозировании результатов избирательных кампаний, а также ведении социальных сетей политиками. В частности, исследования показали, что применение использованных методов и методологических подходов позволяют одновременно выявлять лидеров и аутсайдеров избирательного процесса, мониторить степень включенности политиков в агитационную кампанию через программные заяв-

ления и тематическую направленность постов, определять особенности работы с электоратом с помощью ведения социальных сетей. Полагаем, что использование социальных сетей как механизма по работе с электоратом (пользователями социальных сетей) в ближайшее время только будет возрастать, а возможности ДЭГ будут все больше способствовать сетевизации избирательных технологий и росте значимости вопроса активности политиков в медиапространстве с использованием социальных сетей для решения, как текущих задач, так и вопросов на перспективу.

Список литературы

1. Балакина Ю. В., Соснин А. В., Туманова М. В. Стратегии легитимации и поддержания имиджа в дискурсе российских губернаторов во время пандемии COVID-19 // Вестник Пермского университета. 2022. Т. 16, № 4. С. 5–16.
2. Быков И. А., Курушкин С. В. Цифровая политическая коммуникация в России: ценности гуманизма против технократического подхода // Вестник Российского университета дружбы народов. 2022. Т. 24, № 3. С. 419–432.
3. Володенков С. В. Политическая коммуникация как инструмент распределения власти в системе отношений «государство-общество» // Государственное управление. Электронный вестник. 2017. № 62. С. 104–118.
4. Зайцева Л. А., Ломакина А. С., Напалкова И. Г. Имидж глав регионов России: особенности информационного продвижения // Контентус. 2019. № 6. С. 99–116.
5. Зимова Н. С., Фомин Е. В., Смагина А. А. Социальные сети как новый канал взаимодействия общества и власти // Научный результат. Социология и управление. 2020. Т. 6, № 2. С. 159–171.
6. Кадышева К. В. Социальные сети как инструмент формирования имиджа главы региона (на примере глав регионов Приволжского федерального округа) // Вопросы политологии. 2022. Т. 12, № 5. С. 1408–1415.
7. Матвеева Е. В., Алагоз А. В. Социальные сети губернатора Кузбасса как механизм политической интернет-коммуникации власти и общества // Вестник Томского государственного университета. 2022. № 477. С. 105–112.
8. Матюсова А. И., Есиев Э. Т. Использование губернаторами российских регионов инструментов онлайн-коммуникации в период режима самоизоляции // Русская политология. 2020. № 4. С. 84–88.
9. Нгюк Л. Л. Социальные сети как механизм формирования имиджа политических лидеров // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2020. Т. 10, № 1. С. 170–175.
10. Сморгунюв Л. В. Цифровизация и сетевая эффективность государственной управляемости // Политическая наука. 2021. № 3. С. 13–36.
11. Соколов А. В., Исаева Е. А. Трансформация взаимодействия власти и общества под влиянием цифровизации: пример Ярославской области // Вестник Российского университета дружбы народов. 2022. Т. 24, № 4. С. 686–710.
12. Соколов А. В., Беляков А. А. Трансформация и поддержка экологических повесток в протестных кампаниях в социальных сетях // Вестник Томского государственного университета. 2022. № 67. С. 202–215.
13. Тимофеева Л. Н., Рябченко Н. А., Малышева О. П., Гнедаш А. А. Цифровая социально-политическая повестка дня: апробация новой модели исследования на российском кейсе «Коронавирус-2020» // ПОЛИС. Политические исследования. 2022. № 5. С. 23–39.
14. Филатова О. Г. Главы российских регионов в социальных сетях: аудит публичных коммуникаций // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2020. № 23. С. 6–16.
15. Шилова Д. А. PR-стратегии и продвижения имиджа современного российского политика в социальных сетях: на примере губернатора ХМАО Н. В. Комаровой // Контентус. 2021. № 9. С. 14–21.
16. Юдина В. А., Назарова Н. А., Юрасов И. А. Политическая активность населения провинциально-го города в сетевом информационном пространстве // Власть. 2021. Т. 29, № 2. С. 135–140.
17. Bersirova A. K., Shcherbakova T. N., Khakunova F. P., Khakunov N. Kh. Influence of personal characteristics of social networks users on the king of activity in the digital space: gender aspect // The World of Academia: Culture, Education. 2022. No. 9. P. 95–104.

18. Eisaev M. B., Sukharev M. A., Rodionova M. E. Further prospects for the development of social media in the context of political communication in Russia // *German International Journal of Modern Science*. 2023. No. 48. P. 36–40.
19. Miletskiy V. P., Strogetskaia E. V., Cherezov D. N. Transformation of professional political communications in the digital society (by the example of the fake news communication strategy) // *Proceedings of the 2019 IEEE Communication Strategies in Digital Society Seminar, ComSDS*. 2019. P. 121–124.
20. Pronchev G. B., Mikhailov A. P. Virtual social environments of the Internet as a tool of political struggle // *Political Science Issues*. 2021. Vol. 11, no. 3–4. C. 127–135.
21. Volodenkov S., Fedorchenko S. Subjectness of digital communication in the context of the technological evolution of the contemporary society: threats, challenges, and risks // *Przeglad Strategiczny*. 2021. No. 14. C. 437–456.

References

1. Balakina Y. V., Sosnin A. V., Tumanova M. V. Strategies of legitimization and image maintenance in the discourse of Russian governors during the COVID-19 pandemic. *Bulletin of the Perm University. Political science*, vol. 16, no. 4, pp. 5–16, 2022. (In Rus.).
2. Bykov I. A., Kurushkin S. V. Digital political communication in Russia: Values of humanism versus technocratic approach. *Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia*, vol. 24, no. 3, pp. 419–432, 2022. (In Rus.).
3. Volodenkov S. V. Political communication as an instrument of power distribution in the system of relations «state-society». *Public administration. Electronic bulletin*, no. 62, pp. 104–118, 2017. (In Rus.).
4. Zaitseva L. A., Lomakina A. S., Napalkova I. G. The image of the heads of the regions of Russia: features of information promotion. *Contentus*, no. 6, pp. 99–116, 2019. (In Rus.).
5. Zimova N. S., Fomin E. V., Smagina A. A. Social networks as a new channel of interaction between society and government. *Scientific result. Sociology and Management*, vol. 6, no. 2, pp. 159–171, 2020. (In Rus.).
6. Kadysheva K. V. Social networks as a tool for forming the image of the head of the region (on the example of the heads of regions of the Volga Federal District). *Questions of Political Science*, vol. 12, no. 5, pp. 1408–1415, 2022. (In Rus.).
7. Matveeva E. V., Alagoz A. V. Social networks of the Governor of Kuzbass as a mechanism of political Internet communication between the government and society. *Bulletin of the Tomsk State University*, no. 477, pp. 105–112, 2022. (In Rus.).
8. Matusova A. I., Evseev E. T. The use of online communication tools by governors of Russian regions during the self-isolation regime. *Russian Political Science*, no. 4, pp. 84–88, 2020. (In Rus.).
9. Ngok L. L. Social networks as a mechanism for forming the image of political leaders. *Issues of national and federal relations*, vol. 10, no. 1, pp. 170–175, 2020. (In Rus.).
10. Smorgunov L. V. Digitalization and network efficiency of state manageability. *Political Science*, no. 3, pp. 13–36, 2021. (In Rus.).
11. Sokolov A. V., Isaeva E. A. Transformation of interaction between government and society under the influence of digitalization: an example of the Yaroslavl region. *Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia*, vol. 24, no. 4, pp. 686–710, 2022. (In Rus.).
12. Sokolov A. V., Belyakov A. A. Transformation and support of environmental agendas in protest campaigns in social networks. *Bulletin of Tomsk State University*, no. 67, pp. 202–215, 2022. (In Rus.).
13. Timofeeva L. N., Ryabchenko N. A., Malysheva O. P., Gnedash A. A. Digital socio-political agenda: approbation of a new research model on the Russian case «Coronavirus 2020». *POLIS. Political studies*, no. 5, pp. 23–39, 2022. (In Rus.).
14. Filatova O. G. Heads of Russian regions in social networks: audit of public communications. *PR and advertising in a changing world: Regional aspect*, no. 23, pp. 6–16, 2020. (In Rus.).
15. Shilova D. A. PR strategies and image promotion of a modern Russian politician in social networks: on the example of the Governor of the Khanty-Mansi Autonomous Okrug N. V. Komarova. *Contentus*, no. 9, pp. 14–21, 2021. (In Rus.).
16. Yudina V. A., Nazarova N. A., Yurasov I. A. Political activity of the population of a provincial city in the network information space. *Power*, vol. 29, no. 2, pp. 135–140. (In Rus.).
17. Bersirova A. K., Shcherbakova T. N., Khakunova F. P., Khakunov N. Kh. Influence of personal characteristics of social networks users on the kind of activity in the digital space: gender aspect. *World of Academia: Culture, Education*, no. 9, pp. 95–104, 2022. (In Eng.).
18. Eisaev M. B., Sukharev M. A., Rodionova M. E. Further prospects for the development of social media in the context of political communication in Russia. *German International Journal of Modern Science*, no. 48, pp. 36–40, 2023. (In Eng.).

19. Miletsky V. P., Strogetskaia E. V., Cherezov D. N. Transformation of professional political communications in the digital society (by the example of the fake news communication strategy). Proceedings of the 2019 IEEE Communication Strategies in Digital Society Seminar, ComSDS, pp. 121–124, 2019. (In Eng.).

20. Pronchev G. B., Mikhailov A. P. Virtual social environments of the Internet as a tool of political struggle. Political Science Issues, vol. 11, no. 3–4, pp. 127–135, 2021. (In Eng.).

21. Volodenkov S., Fedorchenko S. Subjectness of digital communication in the context of the technological evolution of the contemporary society: threats, challenges, and risks. Przegląd Strategiczny, no. 14, pp. 437–456, 2021. (In Eng.).

Информация об авторах

Матвеева Елена Викторовна, д-р полит. наук, доцент, зав. науч.-исслед. лабораторией «Политические коммуникации, медиатехнологии и связи с общественностью», Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия, г. Кемерово, Россия; mev.matveeva2020@yandex.ru. Область научных интересов: региональный политический процесс, местное самоуправление и развитие, гражданское общество, общественных контроль, сетевой анализ.

Алагоз Алиса Владимировна, мл. науч. сотрудник науч.-исслед. лаборатории «Политические коммуникации, медиатехнологии и связи с общественностью», Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия, г. Кемерово, Россия; aliscristall@mail.ru. Область научных интересов: власть, региональные институты и процессы, информационная политика, политические интернет-коммуникации.

Information about the authors

Matveeva Elena V., doctor of political sciences, associate professor, head of the Political Communications, Media Technologies and Public Relations research laboratory, Kuzbass State Agricultural Academy, Kemerovo, Russia; mev.matveeva2020@yandex.ru. Research interests: regional political process, local self-government and development, civil society, public control, network analysis.

Alagoz Alice V., junior researcher, Political Communications, Media Technologies and Public Relations research laboratory, Kuzbass State Agricultural Academy, Kemerovo, Russia; aliscristall@mail.ru. Research interests: government, regional institutions and processes, information policy, political Internet communications.

Вклад авторов в статью

Е. В. Матвеева – определение проблемы, цели и задач исследования, написание теоретической части и оформление результатов прикладных исследований.

А. В. Алагоз – разработка методики исследования, сбор данных статистики, проведение прикладного исследования.

The authors` contribution to the article

E. V. Matveeva – definition of the problem, goals and objectives of the study, writing the theoretical part and registration of the applied research results.

A. V. Alagoz – development of the research methodology, collection of statistical data, conducting the applied research.

Для цитирования

Матвеева Е. В., Алагоз А. В. Сетевой контент кандидатов в губернаторы субъектов Сибирского федерального округа: особенности содержания в избирательной кампании 2023 года // Вестник Забайкальского государственного университета. 2023. Т. 29, № 4. С. 139–149. DOI: 10.21209/2227-9245-2023-29-4-139-149.

For citation

Matveeva E. V., Alagoz A. V. Network Content of Candidates for Governor of the Siberian Federal District: Features Contents in the 2023 Election Campaign // Transbaikal State University Journal. 2023. Vol. 29, no. 4. P. 139–149. DOI: 10.21209/2227-9245-2023-29-4-139-149.