

ОСОБЕННОСТИ СЕТЕВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ГУБЕРНАТОРА КУЗБАССА

Сечина И.А., магистрант
инст. истории и международных отношений
Научный руководитель – Мутин А.А.,
кандидат истор. наук, доцент
ФГБОУ ВО Кемеровский государственный университет

Ключевые слова: Кузбасс, социальные сети, региональная власть, политика.

Работа посвящена исследованию активности губернатора Кузбасса С.Е. Цивилёва в социальной сети «ВКонтакте». При проведении исследования авторами установлено, что С. Цивилева. Губернатор уделяет значительное внимание вопросу формирования своего имиджа через освещение результатов своей работы в социальных сетях.

Введение. В рамках исследования для анализа социальных медиа на примере социальных сетей Губернатора Кузбасса С. Цивилева автор применяет метод количественного и качественного контент-анализа. Контент-анализ проводился на сети «ВКонтакте» (2020 – июнь 2022 г.). Наряду с методом контент-анализа приводятся результаты исследования, полученные в ходе фокус-групп (фокусированных интервью), проведенных в апреле 2022 г. среди студентов гуманитарного профиля подготовки двух вузов Кузбасса – ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет» (институт истории и международных отношений) и ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры» (факультет социально-культурных технологий, социально-гуманитарный факультет). Были проведены 6 фокусированных интервью (фокус-групп), в которых были опрошено 60 респондентов.

Цель работы исследованию активности губернатора Кузбасса С.Е. Цивилёва в медиaprостранстве.

Результаты исследований. В числе наиболее эмоционально воспринятого аудиторией новостного контента семейные фото Губернатора С.Е. Цивилёва на фоне природы (от 29.06.2020 г. – 1 091 лайков, 100 комментариев, 3 репоста, 39 288 просмотров; от 8.07.2020 г. – 1 582 лайков, 81 комментарий, 3 репоста, 39 361 просмотр; от 27.12.2020 г. – 754 лайка, 176 комментариев, 44 репоста, 30 137 просмотра), сообщение о продлении нерабочих дней в регионе из-за ситуации с коронавирусом (пост от 4.04.2020 г. – 1084 лайков, 367 комментариев, 146 репостов, 65 603 просмотра), «победа» кузбасских врачей в лечении первого больного с коронавирусом (пост от 24.03.2020 г. – 670 лайков, 111 комментариев, 22 репоста, 32 661 просмотра), поздравление Губернатора с праздником Великой Победы (пост от 9.05.2020 г. – 626 лайков, 57 комментариев, 24 репоста, 22 082 просмотра), пост о присоединении Кузбасса к Всероссийской акции «Блокадный хлеб» (пост от 18.01.2020 г. – 202 лайка, 16 комментариев, 10 репостов, 12 169 просмотров).

2021 г. был отмечен и негативными всплесками, в числе которых трагедия на шахте «Листвяжная» (пост от 25.11.2021 г. в Instagram – 13 148 лайков и 974 комментария; в ВКонтакте – 936 лайков, 239 комментариев, 172 репоста, 76 184 просмотра) и три года со дня трагедии в «Зимней вишне» (пост от 25.03.2021 г. в ВК – 843 лайка, 56 комментариев, 84 репоста, 31 563 просмотра).

В I и во II квартале 2022 г. в сети ВКонтакте наибольший эмоциональный всплеск вызвали четыре поста: четыре года после трагедии в «Зимней вишне» (25.03.2022 г. – 2 714 лайков, 91 комментарий, 49 репостов, 63 650 просмотров), рассказ о Льве Богданове, младшем научном сотруднике научно-исследовательского института комплексных проблем сердечно-сосудистых заболеваний (27.03.2022 г. – 629 лайков, 32 комментария, 18 репостов, 35 367 просмотров), празднование Дня Победы (9.05.2022 г. – 1 244 лайков, 19 комментариев, 64 репоста, 44 876 просмотров) и Дня России (12.06.2022 г. – 1 962 лайков, 51 репост, 38 695 просмотров).

Новостной контент социальных сетей С. Цивилева просматривается молодежью, однако принцип оформления постов «шаблонного» типа, ничем не отличающийся от постов других политиков. Относительно восприятия сетей как ресурса «обратной

связи», то молодое поколение не видит особого смысла для себя писать какие-либо комментарии и использовать другие виды взаимодействия, т. к. это фактически официальный ресурс, посты пишутся модераторами для создания положительного имиджа губернатора, а сам губернатор не имеет возможности в силу отсутствия времени вести реальное общение со своими подписчиками [1]. Обращаясь к вопросу, связанному с выявлением функциональной направленности политической коммуникации политическими лидерами в социальных сетях, отметим, что имиджево-коммуникативная функция является определяющей в работе Губернатора Кузбасса С. Цивилева. Губернатор уделяет значительное внимание вопросу формирования своего имиджа через освещение результатов своей работы в регионе, достижений Правительства Кузбасса и Парламента Кузбасса, глав муниципальных образований, а также «истории» о людях своего дела, обеспечивающих значительные результаты в развитии образования, здравоохранения, сельского хозяйства регионе, науке и т. д. В тоже время перенесение интернет-коммуникаций на «новые» площадки в социальные сети ВКонтакте, показывает, что коммуникационная составляющая в форме выстраивания каналов «обратной связи» достаточно формализована, пользователи рассмотренной сети ВКонтакте не получают ответы на поставленные вопросы и могут лишь обмениваться комментариями между собой [2].

Заключение. Представленные данные показывают, во-первых, рост интереса пользователей в сети ВКонтакте. Во-вторых, независимо от размещения информации в той или иной сети новостной контент дублируется, а восприятие его в разных сетях не имеет существенных отличий. В-третьих, наибольший интерес у пользователей сетей Губернатора вызывают посты личного контента или рассказывающие о простых людях, добившихся отличных результатов в своей профессиональной деятельности. При этом безусловно нельзя списывать резонансность событий, имеющих трагический характер, знаковых событий для региона и поздравления с праздничными датами.

Итак, в контенте губернатора преобладает новостной контент, который фактически направлен как, впрочем, репутационный и эмоциональный виды, на формирование положительного имиджа главы исполнительной власти региона. В контенте губернатора присутствует

ощущение «личного» общения с подписчиками сети через посты с рассказами о жизни своей семьи или о профессиональной деятельности «обычных» кузбассовцев, которые своим трудом вносят вклад в развитие региона [1]. Помимо этого, губернатор старается позиционировать себя в социальной сети через пропаганду семейных ценностей и здоровый образ жизни.

Библиографический список:

1. Прокопенко Т. В. Особенности влияния социальных сетей на политические процессы в современной России // Вестник Пятигорского государственного университета. 2020. № 1. С. 173-182.
2. Бирюков С. В., Кисляков М.М., Чирун С. Н. Политический маркетинг: к модернизации концепта, его методологических и политико-технологических оснований // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2019. № 50. С. 168-179.

FEATURES OF NETWORK COMMUNICATIONS OF THE GOVERNOR OF KUZBASS

Sechina I.A.

Keywords: *Kuzbass, social networks, regional authorities, politics.*

The work is devoted to the study of the activity of the governor of Kuzbass S.E. Tsivilev on the social network VKontakte. During the study, the authors found that S. Tsivileva. The Governor pays considerable attention to the issue of forming his image through the coverage of the results of his work in social networks.