

**Сетевая информационная повестка в контексте развития урбанизированных и сельских территорий: тестирование методологии исследования**  
**Метелева А. С.** (Санкт-Петербургский государственный университет), **Ефимова П. А.**  
(Университет ИТМО)

**Научные руководители – канд. полит. наук, доцент Чугунов А. В.**  
(Университет ИТМО), **канд. филос. наук, доцент Филатова О. Г.**  
(Санкт-Петербургский государственный университет)

**Введение.** Ценностно-ориентированный подход к управлению городом предполагает учёт жизненных ценностей и потребностей жителей при принятии решений [1]. Одним из способов собрать информацию о настроениях населения той или иной местности является анализ сообществ в социальных сетях, созданных по территориальному принципу. В текстах постов и комментариях горожане зачастую выражают своё отношение к чему-либо, формулируют проблему, предлагают решения каких-либо задач. Обратная связь с гражданами и управление территорией на основе полученных данных – важный компонент исследований в сфере цифровой урбанистики.

Электронная коммуникационная среда власти и граждан, помимо прочего, представлена социальными сетями, прочно встроившимися в процесс публичной политики. Социальные сети сегодня – пространство формирования общественного мнения. Использование в системе Центров управления регионом системы «Инцидент-менеджмент», предназначенной для диспетчеризации «инцидентов», упомянутых гражданами в социальных сетях, закрепляет ключевое положение соцсетей в процедурах принятия решений.

**Основная часть.** Цель нашей работы – исследование информационной повестки в социальных сетях. Объектом исследования стала Ленинградская область. Для комплексного анализа мы провели предпроектное исследование и разработали методологию, как набор методов и процедур обследования. В качестве теоретической базы были использованы концепции и модели функционирования каналов электронного участия, а также среды социальных медиа, разработанные под научным руководством А. В. Чугунова [2] и О. Г. Филатовой [3].

На первом этапе исследования мы рассмотрели каждый район Ленинградской области по следующему перечню: выявили его специфические черты, сформировали социально-демографический портрет населения (средние возраст, уровень образования, число интернет-пользователей), собрали данные о переписи населения и среднем уровне заработной платы. Этот этап позволил сложить впечатление о районе, а также сформулировать гипотезы для последующего анализа.

Второй этап был посвящён отбору наиболее крупных сообществ в социальной сети «ВКонтакте», созданных по территориальному принципу: сообщества всего района, поселения или отдельного населённого пункта района. У каждого сообщества был определён тип – официальное, неофициальное или псевдоофициальное, а также количество подписчиков. Далее был задан период, в рамках которого были проанализированы тексты всех постов (за исключением спама, рекламы и т. п.) в каждом сообществе по следующим критериям:

- категория (безопасность, городское строительство, экология и пр.);
- подкатегория (например, категория «Безопасность» делится на следующие подразделы: аварийная/охранно-пожарная сигнализации, доступ к техническим помещениям, защита от мошенников, системы городского видеонаблюдения и пр.);

- тип (информирование, жалоба/сообщение о проблеме, предложение/отзыв, поздравление и пр.);
- привязка к масштабу (отношение к стране, региону или местности);
- упоминание региональных и/или федеральных программ, персоналий;
- тональность (позитивная, негативная, нейтральная);
- субъективная оценка качества поста (язык, степень интересности, донесение сути и пр.);
- персоналии (упоминание президента, губернатора, глав местной власти);
- искажение информации (трансляция ложных или неточных данных);
- вовлечённость (число лайков, комментариев, репостов, просмотров, вычисление вовлечённости по охвату (ERR; Engagement Rate by reach));
- комментарийная активность (тональность (позитивная, негативная, нейтральная), тема основных веток комментариев);
- ответы ведомств (оценка реакции органов власти на жалобы, обращения в тексте постов и комментариях: факт наличия, «казённость» языка, донесение сути, решение проблемы и пр.);
- упомянутые проблемы (перечень проблем, выявленных в тексте поста и комментариях).

На этом этапе собирается основной массив данных и максимально подробно типологизируется контент сообщений.

Третий этап исследования предполагает качественное рассмотрение полученных данных, выявление круга проблемных вопросов в каждом районе, определение их причин и путей решения. Этот этап ведёт к формулированию основных рекомендаций как по формированию информационной повестки, так и по принятию управленческих решений.

**Выводы.** Таким образом, разработана методология анализа информационной политики на примере локальных сообществ в социальной сети «ВКонтакте». Полученные данные могут использоваться для создания аксиологической модели и управления развитием урбанизированных и сельских территорий в Ленинградской области. Работа осуществляется в рамках Соглашения о сотрудничестве между Университетом ИТМО и Комитетом общественных коммуникаций Ленинградской области.

#### **Список использованных источников:**

1. Митягин С. А., Горнова Г. В., Дрожжин А. И., Сокол А. А. Ценностно-ориентированное управление в умном городе // *International Journal of Open Information Technologies*. - 2021. - №12. - С. 104–110.
2. Электронное участие: концептуализация и практика реализации в России. Коллективная монография / под ред. А. В. Чугунова, О. Г. Филатовой. – СПб.: Алетейя, 2020.
3. Филатова О. Г. Государственные коммуникации в цифровой публичной сфере России: исследования и тренды 2010–2020. Монография. – СПб.: Алетейя, 2020.