

**Протасова Татьяна Николаевна**

кандидат социологических наук, доцент  
кафедры социологических наук  
социально-психологического института  
Кемеровского государственного университета  
<https://orcid.org/0000-0001-7250-3449>

**Рассохина Ирина Юрьевна**

кандидат социологических наук, доцент  
кафедры социологических наук  
социально-психологического института  
Кемеровского государственного университета

## **ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ИВЕНТ-АНАЛИЗА В ИЗУЧЕНИИ КОММУНИКАЦИИ ОРГАНОВ ВЛАСТИ С НАСЕЛЕНИЕМ В РЕГИОНЕ\***

### **Аннотация:**

*Работа посвящена изучению возможностей применения метода ивент-анализа в исследовании коммуникации региональных органов власти с населением на примере информационной деятельности администрации Правительства Кузбасса на площадке официального сообщества в «Одноклассниках». Ивент-анализ охарактеризован как результативный инструмент изучения коммуникации через оценку сведений о важных событиях в жизни общества в социальных сетях. Социологическое исследование позволило сделать выводы о степени и характере информационного фона значимых событий как федеральной, так и региональной повестки в официальном профиле сообщества, о качестве организации обратной связи, общественном резонансе информационных поводов и пр. Необходимость развития коммуникации региональных органов власти с населением на официальных площадках в социальных сетях представляется очевидной и требует от исследователей применения современных методов анализа.*

### **Ключевые слова:**

*ивент-анализ, социальная коммуникация, органы власти, население, социальные сети, регион*

**Protasova Tatyana Nikolayevna**

PhD in Social Science, Associate Professor,  
Department of Social Science,  
Social and Psychological Institute,  
Kemerovo State University  
<https://orcid.org/0000-0001-7250-3449>

**Rassokhina Irina Yuryevna**

PhD in Social Science, Associate Professor,  
Department of Social Science,  
Social and Psychological Institute,  
Kemerovo State University

## **RESEARCH OPPORTUNITIES OF EVENT ANALYSIS IN THE STUDY OF COMMUNICATION BETWEEN AUTHORITIES AND THE POPULATION IN THE REGION\*\***

### **Summary:**

*The present research considers the possibilities of application of the event analysis method in the study of communication between regional authorities and the population as in case of information activities of the Administration of the Government of Kuzbass on the site of the official community in Odnoklassniki social network. Event analysis is characterized as an effective tool for studying communication through the analysis of data on important events in the life of society in social networks. The conducted sociological research allowed the authors to draw conclusions about the degree and nature of the information background of important events of both federal and regional agendas in the official profile of the community, about the quality of feedback organization, the public resonance of specific information events, etc. The need to develop communication between regional authorities and the population on official platforms in social networks seems obvious and requires researchers to use modern methods of analysis.*

### **Keywords:**

*event analysis, social communication, authorities, population, social networks, region*

В силу динамично меняющихся условий и характера современных социальных и политических коммуникаций приемы взаимодействия власти и общества претерпевают серьезные качественные трансформации. Консервативные способы организации и реализации власти и политического управления изменяют формат диалога с населением в силу подвижных транзитивных процессов (проявления субполитики – по У. Бэку), а также модифицированной практики социальных коммуникаций. Сегодня власть вынуждена заходить в непривычное для себя коммуникативное поле социальных (сетевых) сообществ и вести «горизонтальный диалог». Меняются не только направление коммуникационных потоков, но и сами правила взаимодействия, характер и смысловое содержание контента. Власть учится артикулировать и защищать приоритеты, отвечать за свою деятельность или ее отсутствие. Эффективность управленческих решений теперь

\* Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Грант № 20-011-31737 на тему «Новые инструменты изучения коммуникации власти и населения региона в условиях “реактивных” социальных и политических взаимодействий».

\*\* The research is conducted with financial support from the Russian Foundation of Fundamental Research. Grant No. 20-011-31737 on the topic “New Tools of Studying Communication Between Authorities and Population in Regions in the Context of “Reactive” Social and Political Interactions”.

напрямую зависит от степени успешности выстроенного диалога власти и населения, формирования лояльности граждан к социально-политическим преобразованиям. Общество в лице отдельных организуемых сообществ также трансформируется из традиционного просителя в квазиактивного субъекта социальных и политических взаимодействий.

Одним из доступных и результативных способов исследования освещения событий в новом для власти и населения интернет-пространстве является ивент-анализ. Это метод исследования информационного поля события (анализа событийных данных) в целях выявления глубинных характеристик события для восстановления как его внутренней структуры, так и положения в социальной системе, определения его функциональной и семантической нагрузки в общем дискурсе, оценки с разных точек зрения. Сам исследовательский метод берет начало в 1960-х гг., когда в социальных науках сформировался интерес к квантификации и широком кросс-национальным сравнениям [1, с. 320]. Первоначально он разрабатывался для изучения политических событий, но постепенно перешел в практику исследований социальной и экономической деятельности, стал общим рабочим методом в сфере профессиональной коммуникации.

В основе ивент-анализа лежат понятия «событие» и «событийный» как характеристика исследуемого факта. В узком значении под ивентом понимают специальные мероприятия, которые организовываются в целях решения каких-либо пиар-задач. Н.А. Андрианова расширяет значение ивента для теоретического анализа: «Ивент есть мероприятие (совокупность маркетинговых действий), которое стремится стать событием (значительным явлением, фактом общественной и личной жизни членов целевой аудитории) и выполнить задачи ивент-менеджмента с помощью технологий ивент-маркетинга» [2, с. 209].

В изучаемом нами контексте под событием (ивентом) можно понимать практически любой факт (как организованный, так и неорганизованный) личной или общественной жизни, который несет в какой-то степени значимые для общества смыслы или изменения. Объектом ивент-анализа являются не столько сами события, сколько информация (сообщения) о них. Значит, событием можно считать эпизод, который нашел отражение в средствах массовой информации, но не мнение о нем или его обсуждение лидерами общественного мнения. Событием не будет являться факт, который не меняет социальную реальность. Таким образом, день открытых дверей в университете представляет собой событие, а мнение ректора или абитуриентов о нем – нет. При этом собираемые мнения и оценки необходимо использовать для дополнительного изучения информационного фона события [3]. Синьхун Чен и Цин Ли дают следующие критерии события: размытые границы, уникальность, гранулярность (различная степень детализации по объему описания), иерархическая структура, эволюционируемость [4].

Процедура применения метода сводится к отбору в СМИ, сети Интернет событий, фиксирующих исследуемую тему, субъекта или организацию, определению выделенных единиц счета события с последующим качественным анализом их упоминания. Процесс ивент-анализа включает две последовательные стадии: I этап – построение баз ивент-данных (обобщенные, индексируемые по заданным основаниям реляционные аналитические базы); II этап – выработка гипотез и формулировка выводов для создания модели (-ей) коммуникации (пиар-стратегий) с возможностью продемонстрировать коммуникативные точки притяжения близких по значению оценок (рисунок 1).

Для кодирования информационного потока и выделения важной информации об искомым событиях принято использовать модель Ч. Маклеланда в модификации Э. Азара. Данная модель включает ответы на следующие вопросы: когда? (Time) + кто? (Source) + кому/кого? (Target) + что сделал? (Activity); Э. Азар добавил элементы: по какому поводу? (Issue) + контекст события [6, с. 97].

Применительно к выбранной проблеме мы составили кодировочную матрицу, которая включала следующие основные компоненты: (*когда?*) **время** наступления события – дата публикации и дата события; (*кто?*) **субъект**, актер или инициатор события (личность или организация); (*кому?*) **объект** – в отношении кого или для кого совершается действие (целевые аудитории, их охват); (*что сделал?*) **предмет** – тема, содержание самого действия и его возможные компоненты (территориальный уровень – международный, федеральный, региональный, местный; привлеченные лидеры общественного мнения и амбассадоры события; характер события – личностный или общественный); (*по какому поводу?*) **контекст** события – состояние среды, в которой происходит событие (исторические, политические, экономические, социально-культурные условия); **«пиар-шлейф» мероприятия** – кризисный (как реактивное событие на кризис, конфликт или чрезвычайное происшествие) или репутационный (для поддержания имиджа, создания положительного отношения к событию); (*как отреагировали?*) **оценки** – общий оценочный настрой к базовому субъекту (в интересах которого проводится исследование), субъекту события, предмету с учетом оценочных характеристик (положительных, нейтральных или критических) обратной связи от целевой аудитории; **ответы и разъяснения модератора, представителей органов власти.**

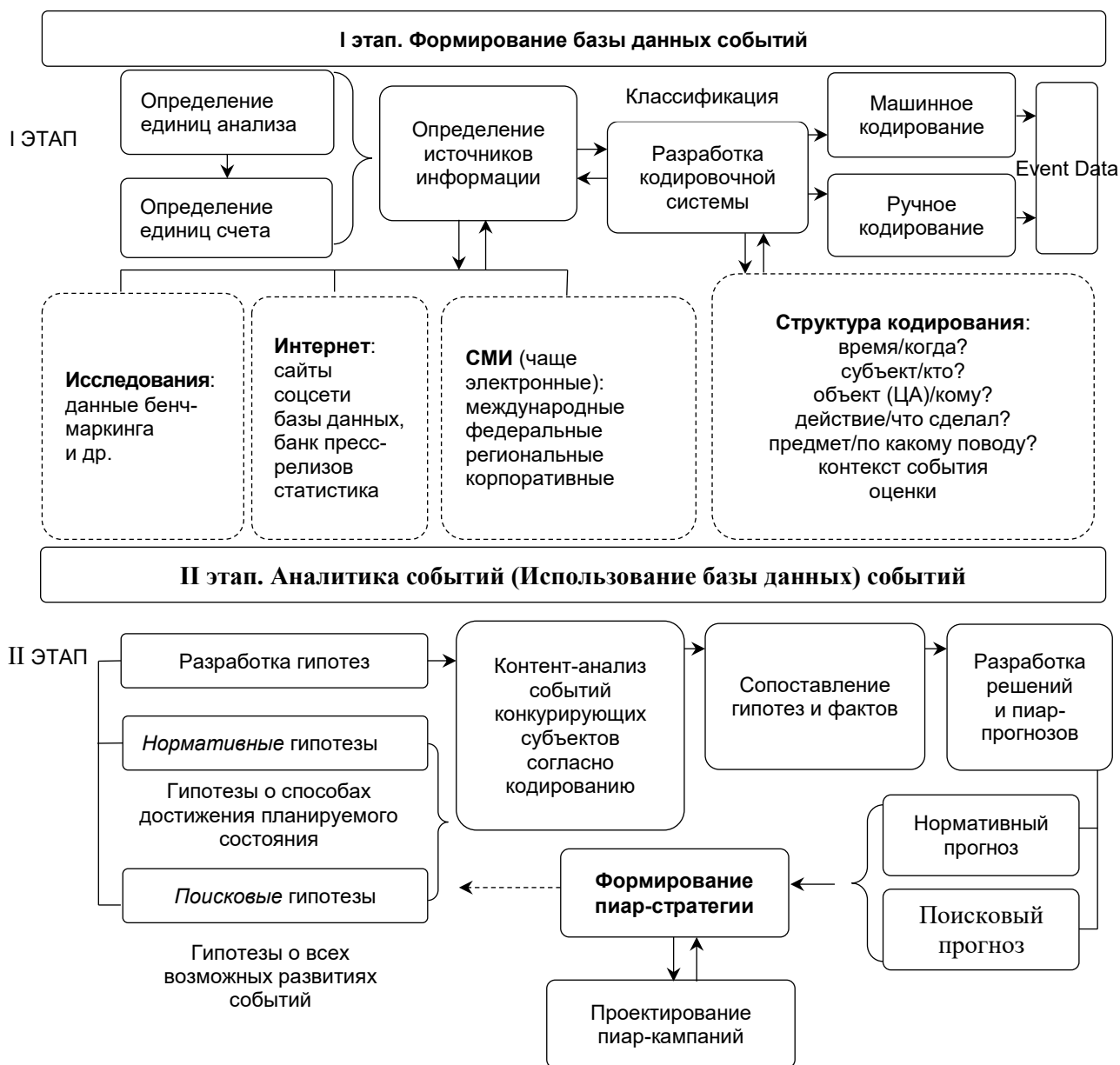


Рисунок 1 – Этапы процедуры ивент-анализа [5, с. 238–240]

Для оценки организации коммуникации администрации Правительства Кузбасса с населением в социальных сетях, выявления артикулируемых событий и характера организации обратной связи мы использовали ивент-анализ сообщений официальной группы в «Одноклассниках» ([www.ok.ru/kuzbass.official](http://www.ok.ru/kuzbass.official)). Информационная деятельность Правительства Кузбасса в социальных сетевых сообществах находится на стадии становления, общий срок активной работы с гражданами в цифровом режиме составляет чуть более 2 лет. Мы сосредоточили исследовательский интерес на группе информационного ресурса «Одноклассники», так как это самая представительная и активная группа из трех существующих, наряду с площадками в «Инстаграм» ([www.instagram.com/kuzbass\\_official](http://www.instagram.com/kuzbass_official)) и «ВКонтакте» ([www.vk.com/kuzbass.official](http://www.vk.com/kuzbass.official)) (таблица 1).

Таблица 1 – Основные характеристики официальных сообществ администрации Правительства Кузбасса (на 3 марта 2021 г.)

Социальное сообщество	Количество				Время основания
	подписчиков	публикаций	видео	фото	
«ВКонтакте»	37 337	1 222	15	230	Август 2019 г.
«Одноклассники»	54 356	1 089	46	1 795	27 сентября 2019 г.
«Инстаграм»	1 602	468	–	–	9 июля 2020 г.

Предметом ивент-анализа стали 240 сообщений о событиях, представленных в группе «Одноклассники» за период с начала появления упоминаний о пандемии COVID-19 (январь – апрель 2020 г.). Изучение сообщений позволяет выделить несколько групп событий, попавших в фокус на странице администрации Правительства Кузбасса. В основу классификации взяты федеральная и региональная повестка, репутационные и кризисные события (таблица 2).

**Таблица 2 – Классификация событий в группе Правительства Кузбасса в сети «Одноклассники»**

Тип	Ключевое событие	Количество сообщений		
		ФП	РП	Всего
Репутационные события	Принятие поправок к Конституции РФ	16	8	16
	Проведение Года памяти и славы в честь 75-летия Победы в Великой Отечественной войне	25	8	33
	Праздники	26	–	26
	События, направленные на улучшение имиджа президента РФ	31	9	31
	Празднование 300-летия промышленного освоения Кузбасса	–	8	8
	Достижения Кузбасса и лица региона	–	20	20
	Развитие отраслей народного хозяйства в Кузбассе	–	73	73
	События, направленные на улучшение имиджа губернатора Кузбасса	–	9	9
Кризисные события	Другое	–	23	23
	Пандемия COVID-19	26	32	52
	Чрезвычайные происшествия в Кузбассе	–	3	3
	Кризис в угольной отрасли: снижение цен на уголь на мировом рынке	–	1	1

*Примечание:* Общее количество событий может превышать 100 %, так как некоторые из них могли относиться сразу к нескольким категориям. n = 240 сообщений. ФП – федеральная повестка, РП – региональная.

Из совокупности проанализированных 240 сообщений можно выделить 10 групп событий репутационного типа и 3 группы событий, имеющих кризисный характер. Такое соотношение показывает, что сообщество старается выдержать позитивный информационный контекст, который способен положительно влиять на имидж власти. Из репутационных событий наибольшее освещение получили следующие эпизоды федеральной повестки: события, направленные на улучшение имиджа президента Российской Федерации (31 сообщение); Год памяти и славы в честь 75-летия Победы в Великой Отечественной войне (33); другие общие праздники (24); принятие поправок к Конституции Российской Федерации (16). Из региональных имиджевых событий артикулируются следующие: развитие отраслей народного хозяйства в Кузбассе (73 сообщения); достижения Кузбасса и лица региона (20); события, направленные на улучшение имиджа губернатора (9); празднование 300-летия промышленного освоения Кузбасса (8). В группу «Другое» (23 сообщения) попал контент, создающий хорошее настроение, а также одиночные события, которые нельзя было сгруппировать: фестивали, конкурсы, интересные факты о Кузбассе, памятка о правилах поведения при паводке и наводнениях и пр.

По содержанию события, направленные на улучшение имиджа президента страны, связаны, как правило, с его деятельностью на посту и затрагивают такие актуальные темы, как организация прямого диалога власти с населением через Интернет, поиск инструментов, позволяющих оперативно реагировать на обращения граждан, вести разъяснительную работу на разнообразных площадках; реализация национальных проектов («Демография», переселение граждан из ветхого жилья и др.); вопросы молодежной политики (миграция молодежи, образование, проблемы «утечки мозгов»); взаимоотношения России и Украины и др.

Обратная связь от читателей на сообщения данной группы мероприятий по количественным характеристикам выглядит как критически окрашенная (155 комментариев критических, 71 – нейтральных, 63 – положительных). При содержательном анализе выясняется, что критика направлена не на субъекта событий (не на президента) и не на сами события. В содержательном плане сообщение выступает как информационный повод обсудить свои проблемы, высказать критику о работе территориальных органов управления и хозяйствования, пожаловаться на ситуацию вообще. В целом на 31 сообщение данной группы получено 312 «классов» (реакции в сети «Одноклассники» по типу лайков), примерно по 10 на сообщение, что является средним значением в плане интенсивности коммуникации.

Второе по популярности событие федеральной повестки – проведение Года памяти и славы в честь 75-летия Победы в Великой Отечественной войне – можно рассматривать как одно из сквозных, ставших ключевым пунктом в контент-плане группы. Актуализация таких государственных событий имеет большой репутационный потенциал и ценностное значение для под-

держки патриотических чувств населения. Данный контент вызывает одобрение со стороны граждан, что видно через реакцию в виде «классов» и комментариев. Пожалуй, эта единственная тема, ответная критика которой табуируется пользователями, создает преимущественно положительный эмоциональный фон. Так, на 33 сообщения в данной группе событий получено 2 377 «классов», 238 репостов, что в среднем больше, чем в других группах событий репутационного характера (на одно событие в среднем дается более 70 «классов» на сообщение). Кроме того, здесь представлено 185 комментариев: 93 положительных, 52 нейтральных и 40 критических. Последние касаются прежде всего поддержки ветеранов или рассуждений о недостаточно качественном патриотическом воспитании молодежи. Другие праздники (26 сообщений) вызывают меньше реакций: 2 013 «классов», 161 репост, 203 комментария (109 положительных, 47 нейтральных и 40 критических).

Сообщения, связанные с поправками к Конституции РФ (16), обусловили следующую реакцию: 969 «классов», 200 репостов, 524 комментария (58 положительных, 75 нейтральных и 297 критических). Пожалуй, данная тема вызвала наибольшую долю отрицательных откликов, которые частично связаны с непониманием общественностью необходимости данных корректив, а частично – с прямым саботажем в социальных сетях, демонстрацией альтернативных точек зрения либо выражением солидарности с «идеями сети». Анализ чатов с комментариями на другие события показывает, что примерно один круг участников выступает с заявлениями, провоцирующими дискуссию в негативном ключе. Это могут быть как реальные тролли, которые выполняют заказ оппозиционных сил, так и отдельные персоналии, критически настроенные против изменений (убежденные), либо просто развлекающиеся таким образом подписчики.

Репутационные события региональной повестки сосредоточены вокруг 300-летия промышленного освоения Кузбасса. При этом события, напрямую связанные с данной датой, в общем событийном ряду упоминаются только в 8 сообщениях из 133 чисто регионального характера и в целом положительно воспринимаются населением. Отчасти плотность информационной загруженности указанного информационного среза может подпитываться с подачи официальных новостных ресурсов региона, а далее тиражироваться в повседневных обсуждениях граждан. Наибольший объем сообщений (73) касается развития отраслей народного хозяйства в Кузбассе и объединяет преимущественно достижения в строительстве, здравоохранении, транспорте, туризме, развитии социальной инфраструктуры, реализации нацпроектов по разным территориям региона. Встречаются упоминания таких городов и территорий, как Прокопьевск (3), Мыски, Осинники, Новокузнецк (2), Новокузнецкий район (2), Кемерово (6), Кемеровский район, Анжеро-Судженск (2), Мариинск, Междуреченск, Юрга, Белово, Таштагол. «Недостаточное внимание» в информационных обсуждениях уделяется сельским территориям, их поддержке, проблемам жизнедеятельности и пр., что проявляется в комментариях жителей/пользователей. На 73 сообщения этой группы событий получено 5 230 «классов» (это свыше 80 лайков на сообщение), 415 репостов, 918 комментариев (205 положительных, 141 нейтральных, 572 критических). Критические комментарии связаны, как правило, с конкретными проблемами людей (плохими дорогами, удаленностью больниц, очередями к врачам, нехваткой специалистов, снижением уровня доходов и потерей работы). Самое большое количество замечаний поступало от жителей Прокопьевска по разным вопросам, начиная от зарплаты, здравоохранения, заканчивая газификацией сельской местности. Проблема газификации поднимается многими жителями, ей уделяется наибольший объем обсуждений, связанных с развитием села. К сожалению, не на все замечания граждан в сети следуют ответы модератора или компетентных лиц, многие остаются без отклика. Кроме того, видимая часть публичной сетевой коммуникации не в состоянии передать содержание приемов и механизмов разрешения обсуждаемых аспектов. Эта проблема требует обязательной проработки для создания действительного диалога с властью, который является важнейшим ресурсом для снижения социальной напряженности в обществе. Достижения Кузбасса и кузбассовцев в целом благоприятно воспринимаются читателями, но не вызывают значимого резонанса в рамках обратной связи.

Сообщения о кризисных событиях в данной группе публикуются с осторожностью, хотя запрос на обсуждение и объяснение многих из них формулируется в чатах. В группе упоминаются 3 события о чрезвычайных происшествиях в Кузбассе и 1 – о кризисе в угольной отрасли, что имеет большое значение для региона, но активное обсуждение отсутствует.

Тема пандемии COVID-19 стала основной в данном разделе и одной из самых резонансных. Стоит отметить, что первое сообщение о пандемии в группе появилось только 6 февраля 2020 г. Так, в январе не отмечено упоминаний о COVID-19, феврале – 2, марте – 14, апреле – 36. Содержание сообщений сосредоточено вокруг разъяснений опасности заболевания, профилактики, правилах поведения в общественных местах, режима самоизоляции, мер, направленных на противодействие распространению инфекции, работы горячей линии, волонтерской работы по поддержке пожилых и инвалидов в период самоизоляции. На 52 сообщения о пандемии получена следующая

реакция: 7 894 «класса», 1 425 репостов, 2 560 комментариев: 187 положительных, 541 нейтральный (в основном с вопросами о том, куда обращаться в различных ситуациях), 1 832 критических. Последние преимущественно связаны с жалобами на отсутствие масок, перчаток в аптеках, их высокой стоимостью, обсуждением жизненных трудностей в период самоизоляции (обучения детей в домашних условиях с помощью дистанционных технологий, потери заработка, а порой и работы), обоснованием идеи иллюзорности пандемии и ее последствий. При этом от модератора и органов власти поступило лишь 27 ответов, что свидетельствует о неготовности модератора и экспертов комментировать и разъяснять актуальные вопросы от граждан. Кроме этого, встречаются неоднократные жалобы на отсутствие ответов модератора и даже нецензурные выражения, которые не удаляются в соответствии с правилами группы. Сложные условия пандемии, на наш взгляд, показали нереализованные возможности работы с населением в кризисных ситуациях посредством построения быстрой коммуникации в социальных сетях, а также неготовность модераторов сетей к профессиональной коммуникации с населением, своевременной реакции на критические замечания и запросы, поиску специалистов, способных дать необходимые пояснения, чтобы успокоить пользователей, и из первых уст сообщить требуемую информацию.

Подписчики анализируемого информационного ресурса рассматривают официальную группу администрации Правительства Кузбасса в «Одноклассниках» как площадку для диалога с властью, где они пытаются привлечь внимание к проблемам территорий и их жителей (отсутствие масок и антисептиков в аптеках в период пандемии, снежные завалы на дорогах, ветхое жилье и пр.), задают вопросы по процедурам реализации своих прав (например, куда обращаться для оформления пособий), уточняют информацию об освещаемых событиях и пр.

Организация и реализация взаимодействия региональных органов власти с населением в социальных сетях является современным, удобным и востребованным средством коммуникации. Работа власти с информационным фоном значимых событий в рамках общения с населением позволяет выстраивать более прозрачные отношения; повышать осведомленность за счет рассмотрения отдельных компонентов события; определять актуальность событий за счет артикуляции важных фактов и создания резонансных поводов для их освещения; формировать социальную память с помощью повторения сюжета события в федеральной, региональной, местной повестке; повышать лояльность граждан к власти и ее деятельности за счет интерпретации событий самой властью и объяснения трудностей восприятия; конструировать сарафанное радио и общественное обсуждение в позитивном ключе; изменять точки зрения или смягчать их у недовольных пользователей/участников; развивать диалоговую практику с населением; расширять охват аудитории и т. д.

Однако проанализированный событийный материал, его сопровождение и оценки подписчиков на площадке официального сообщества администрации Правительства Кузбасса в «Одноклассниках» позволили выявить недостаточное использование коммуникационного потенциала данного сетевого ресурса в регионе. В большей степени работа коммуникаторов и интерпретаторов информационного поля строится на основе наполнения ленты контентом. На данный момент не обеспечена регулярная, своевременная, адресная обратная связь представителей государственных информационных ресурсов, готовых к диалогу на просторах Интернета с подписчиками (населением), ожидающими ответы на свои вопросы, отмечается невысокий уровень участия и сопровождения обсуждаемых социальных и политических аспектов.

### **Ссылки:**

1. Семенов А. Событийный анализ протестов как инструмент изучения политической мобилизации // Социологическое обозрение. 2018. Т. 17, № 2. С. 317–341. <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2018-2-317-341>.
2. Андрианова Н.А. Феномен «ивент» в социальном и научном контексте // Вестник СПбГУ. Сер. 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. 2010. № 3. С. 201–209.
3. Андрианова Н.А. Указ. соч. ; Паршин П.Б. О семантике категории «событие» в свете сочетаемости прилагательного «событийный»: событие снаружи и изнутри // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2016. Вып. 7 (746). С. 200–210 ; Салиева Л.К. «Событие» в нарратологии и связях с общественностью // Государственное управление. Электронный вестник. 2016. № 54. С. 146–160.
4. Chen X., Li Q. Event Modeling and Mining: A Long Journey toward Explainable Events // VLDB Journal. 2020. Vol. 29. P. 459–482. <https://doi.org/10.1007/s00778-019-00545-0>.
5. Составлено на основе: Ахременко А.С. Политический анализ и прогнозирование. М., 2006. 333 с.
6. Дашкина И.В. Применение кодировочных систем ивент-анализа – WEIS для изучения взаимоотношений России со странами Карибского бассейна (на материалах Никарагуа, Мексики, Кубы) // Вестник Московского университета. Сер. 12: Политические науки. 2019. № 4. С. 95–104.

Редактор: Тюлюкова Мария Олеговна  
Переводчик: Герасимова Валентина Евгеньевна