

УДК [81.161.1'42: 342.518]:004.738.5

DOI 10.37972/chgpu.2021.112.3.013

*А. Ю. Сизоненко, А. А. Гнедаш, В. В. Катермина*

**СЕТЕВОЙ ДИСКУРС И РОССИЙСКИЙ МЭР:  
ФОРМИРОВАНИЕ ЦИФРОВОЙ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПОВЕСТКИ ДНЯ  
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ  
(ОПЫТ СЕТЕВОГО И ЛИНГВОДИСКУРСИВНОГО АНАЛИЗА)**

*Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия*

**Благодарность**

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (Отделение гуманитарных и общественных наук) в рамках научного проекта № 20–012–00033 «Лингвистические модели социально-политической коммуникации в online-пространстве: дискурсивные поля, паттерны и гибридная методология анализа сетевых данных» (2020–2022 гг., рук. В. В. Катермина).

**Аннотация.** В эпоху социальных сетей и сетевого общества социально-политические акторы, в том числе и главы муниципальных образований (мэры городов), являются основными субъектами (по сравнению с традиционными СМИ) формирования цифровой социально-политической повестки дня в онлайн-пространстве. Современная цифровая социально-политическая повестка дня формируется двумя одновременными процессами в социальных сетях: во-первых, глава города создает социально-политический контент в ведущих социальных сетях; во-вторых, граждане дают обратную связь в виде ветки комментариев на данный контент. Как результат – происходит формирование связи цифровой социально-политической повестки дня (как сегмента онлайн-дискурса) и офлайн-реакции на данный дискурс (определенной и позиционированной социально-политической части) в виде конкретных конструктивных либо деструктивных реакций жителей городов современной России (не / поддерживающих власть на локальном уровне). Эмпирической базой данного исследования стал контент официальных аккаунтов (метод сплошной выборки постов, хештегов, фотографий и видео, а также всех комментариев) мэров российских городов в Instagram, ВКонтакте, Facebook, Twitter и Одноклассники согласно рейтингу Медиалогии за период 1 октября 2020 – 31 декабря 2020 г.: Анатолий Локоть, мэр г. Новосибирск, 4 место; Наталья Котова, мэр г. Челябинск, 5-е место; Иса Хаджимурадов, мэр г. Грозный, 79-е место; Юлия Рокотянская, мэр г. Рязань, 96-е место. В результате авторы статьи делают основные выводы, полученные в ходе исследования сетевого и лингводискурсивного анализа сетевых тематик данных аккаунтов, визуальной составляющей, а также комментариев как реакции пользователей на цифровую социально-политическую повестку дня и официальный дискурс в онлайн- и офлайн-пространствах.

**Ключевые слова:** *цифровая социально-политическая повестка дня, глава (мэр) города, официальный дискурс, онлайн-пространство, социальные сети, сетевой анализ, лингводискурсивный анализ, Instagram, ВКонтакте, Facebook, Twitter и Одноклассники.*

*A. Yu. Sizonenko, A. A. Gnedash, V. V. Katermina*

**NETWORK DISCOURSE AND THE RUSSIAN MAYOR:  
SHAPING A DIGITAL SOCIO-POLITICAL AGENDA IN SOCIAL NETWORKS  
(NETWORK AND LINGUISTIC DISCURSIVE ANALYSIS)**

*Kuban State University, Krasnodar, Russia*

**Acknowledgement**

The study is funded by the Russian Foundation for Basic Research (Department of Humanitarian and Social Sciences). The research project no. 20-012-00033 entitled “Linguistic Models of Sociopolitical Communication in Online Space: Discursive Fields, Patterns and Hybrid Methodology of Network Data Analysis” (2020–2022, supervisor is V. V. Katermina).

**Abstract.** In the era of social networks and network society, socio-political actors, including heads of municipalities, are the main subjects in shaping digital socio-political agenda in the online space. The modern digital socio-political agenda is formed by two simultaneous processes in social networks: firstly, the head of the city creates socio-political content in leading social networks; secondly, citizens give feedback in the form of a comment thread on this content. As a result, a digital agenda is formed and an offline reaction to this discourse in the form of specific constructive or destructive reactions of residents of cities in modern Russia. The empirical base of this study was the content of official accounts (a method of continuous sampling of posts, hashtags, photos and videos, as well as all comments) of the mayors of Russian cities on Instagram, VKontakte, Facebook, Twitter and Odnoklassniki, according to the Medialogia rating for the period October 1, 2020 – December 31, 2020. As a result, the authors draw the conclusions obtained during the study of network and linguistic discursive analysis of network topics of the analyzed accounts, the visual component as well as comments as user reactions to this agenda and official discourse in online and offline spaces.

**Keywords:** *digital socio-political agenda, head (mayor) of the city, official discourse, online space, social networks, network analysis, linguodiscursive analysis, Instagram, VKontakte, Facebook, Twitter and Odnoklassniki.*

**Введение.** На протяжении первой четверти XXI в. мы наблюдали активное развитие модели сетевого общества, связанное с процессами цифровизации и развитием интегрированных информационно-коммуникационных технологий в современном мире. В 2020–2021 г. данные процессы были усилены условиями пандемии Covid-19. Указанные обстоятельства привели к изменению многих процессов, происходящих в современной медиасфере, следствием чего стало и изменение формирования политической повестки дня, в частности, и цифровой социально-политической повестки дня. Произошло параллельное становление информационных потоков со стороны новых медиа, субъектов политики, блогеров, представителей общественности, что уже привело к видоизменению роли традиционных СМИ в формировании цифровой социально-политической повестки дня. В указанный период мы наблюдаем появление новых акторов и инструментов, которые способны транслировать наиболее актуальные темы. Данные темы являются источником формирования цифровой социально-политической повестки дня в онлайн-пространстве [29]. Трансформация современной политической сферы и рост значимости цифровой повестки дня происходят с учетом множества факторов, но наиболее важными, на наш взгляд, являются следующие.

Во-первых, контроль над информационными потоками и в целом информационным пространством становится ключевым и даже, возможно, главным властным ресурсом [7]. Как показывает практика, именно те, кто обладает широким информационным ресурсом,

являются лидерами мнений, они имеют возможность самостоятельно формулировать цифровую социально-политическую повестку дня с учетом своей субъективной точки зрения, при этом начиная обладать властными полномочиями по отношению к тем, кто эту информацию потребляет. Коммуникация в Интернете позволяет лидерам мнений выбирать форматы взаимодействия с аудиторией, ее объемы, виды контента и частоту публикаций. Это естественным образом и определяет величину влияния того или иного политического актора. Ученые считают, что в рамках такой коммуникации у субъектов влияния появляется гораздо больше возможностей для манипулирования общественным мнением [9].

Во-вторых, в современном политико-административном процессе существенно вырос уровень внедрения цифровых технологий. Это происходит на различных уровнях, начиная от создания разного рода сайтов и платформ, позволяющих гражданам общаться с органами власти и отдельными субъектами политики в режиме реального времени, и заканчивая последовательным формированием имиджеобразующей деятельности отдельных взятых субъектов в рамках личных политических блогов в различных социальных медиа с учетом разнообразных фокус-групп [21]. На наш взгляд, это позитивная тенденция, которая показывает, что лидеры мнений не только заботятся о своем рейтинге доверия, публикуемом в средствах массовой информации, но и пытаются максимально сблизиться с аудиторией в рамках онлайн-пространства, используя для этого различные способы коммуникации, в том числе личные блоги.

В-третьих, сформировалась тенденция того, что в странах и регионах с высоким числом пользователей Интернетом увеличивается уровень требовательности к власти. Электорат желает видеть больше прозрачности и открытости от субъектов политики, тем самым говоря о возможности повышения уровня доверия как следствия сближения с властью. Результатом такого взаимодействия является интенсивный переход от традиционных СМИ, таких как газеты, журналы, телевидение и радио, к более современным Интернет-ресурсам. Здесь можно отметить как позитивное, так и негативное последствие. Появляются более открытые к своей аудитории субъекты политики. Своим непосредственным общением они способны завоевывать внимание большого количества людей и «стимулировать» их к разного рода действиям. Несмотря на то что власть становится ближе к своим избирателям, она вынуждена постоянно трансформировать способы взаимодействия, так как официальные страницы органов власти в Интернете выступают скорее административным информационным ресурсом, чем качественной и понятной площадкой для взаимодействия. В этих рамках власть постоянно осваивает все новые платформы для коммуникации. Данный факт, безусловно, является энергозатратным и требует большого количества времени. Как показывает практика, политики не всегда готовы на этот шаг открытости, что, несомненно, снижает уровень их популярности среди населения от 15 до 45 лет [25]. Таким образом, цель статьи – определить точки разломов и пересечений между транслируемой мэрами цифровой социально-политической повесткой дня и ожиданиями населения, отраженными в комментариях под их постами в социальных сетях посредством исследования официального дискурса.

**Актуальность исследуемой проблемы.** Н. А. Рябченко отмечает, что онлайн-пространство как поле политико-административных практик неоднородно с точки зрения эффективности и распределения политического капитала [22]. Это объясняется тем, что происходит постоянное усложнение развития структурных элементов с технологической и социальной точки зрения. Сюда можно отнести такие показатели, как временный характер хранения информации, уровень популярности, наличие разного рода барьеров. С развитием социальных сетей мы наблюдаем тенденцию трансляции субъектом политики своей деятельности на различных социальных платформах, пусть в разных формах. Это происходит либо через собственные каналы, такие как личные страницы в развитых социальных сетях

(Instagram, ВКонтакте, Twitter и Facebook), либо же происходит непосредственное отражение деятельности публичной сферы в онлайн-пространстве. Например, через ведение официальных страниц и сайтов органов власти.

Следует отметить, что в 2020 году роль сети Интернет усилилась в разы. Всемирная пандемия внесла дополнительные коррективы в привычный образ жизни людей. В онлайн-пространство переместилась вся реальность. Если раньше в Интернете люди иногда общались с друзьями, смотрели видео и обменивались фотографиями, то с 2020 года в сети мы проводим максимум времени. Все рабочие встречи, учеба в школах и университетах, вечеринки с друзьями, онлайн-кинотеатры – все это говорит об усилении роли Интернета. Безусловно, влияние мировой сети может и усугубить такие социальные проблемы, как неравный доступ к различным благам, сложности коммуникации в рамках учебы и работы как среди коллег, так и с начальством. Если раньше менеджер на месте мог отследить и скоординировать работу сотрудников, то при онлайн-коммуникации этот процесс сильно осложняется. Отсюда следует, что Интернет в 2020–2021 гг. играет главенствующую роль во многих социальных, политических и экономических процессах.

Повестка дня представляет собой наибольший интерес, потому что имеет большую значимость для довольно широкого круга лиц, а иногда и целых государств. Она включает в себя ряд вопросов, начиная от мировых и заканчивая локальными, муниципальными. При этом важно отметить, что повестка дня не бывает единой и полной для каждого общества, города или страны, она всегда зависима от множества факторов. Поэтому цифровая социально-политическая повестка дня представляет собой некоторый феномен, который, несмотря на то что ограничен институциональной средой формирования, все же охватывает наиболее актуальные темы широкого круга лиц [8].

Отметим, что в рамках современной цифровой социально-политической повестки дня политической может стать любая актуальная информация из сферы экономики, социологии, культуры и т. д. Чаще всего этот механизм используется для того, чтобы решить те или иные проблемы, придав им политический статус посредством политических мер, так как другие оказываются менее эффективными. Важным также является тот факт, что сформированная цифровая социально-политическая повестка дня обычно претендует на то, чтобы стать эффективным инструментом управления.

Говоря о политической повестке дня, нельзя не сказать и об онлайн-пространстве, способном формировать цифровую повестку дня, которая представляется наиболее актуальной в современном обществе. В настоящее время онлайн-пространство интересно тем, что представляет собой поле политических практик, гораздо более расширяющее традиционное представление о публичной политике, включающее новые структурные элементы и политические практики [24].

Интерес граждан к публичной политике в онлайн-пространстве зависит от мотивации участия в целом в политической жизни. Так, например, во время протестной деятельности во многих странах с разным уровнем благосостояния наблюдается повышенный интерес к использованию цифрового пространства как поля публичной политики, способного показать наиболее актуальные и значимые проблемы [6].

В современном обществе цифровая социально-политическая повестка дня выступает отдельным актором политического процесса, который способен формировать различные настроения общества, задавать тенденции. Исследование официального дискурса позволит выявить взаимосвязь между формированием и отражением цифровой социально-политической повестки дня мэрами городов современной России.

**Материал и методы исследования.** Исследование цифровой социально-политической повестки дня проводилось посредством сетевого анализа, контент-анализа, визуального анализа и лингводискурсивного анализа официальных аккаунтов мэров российских городов. Данные аккаунты мы рассматривали как официальный дискурс, который создает и одно-

временно отражает цифровую социально-политическую повестку дня. Выборка мэров проводилась на основании рейтинга Медиалогии за 2020 г. [10]. В числе мэров, отобранных для анализа в контексте исследования, выбраны политики-мужчины и политики-женщины, живущие в разных субъектах Российской Федерации; они отличаются по возрасту, популярности в социальных сетях и положению в общем рейтинге по всем городам. Эмпирическая база составлена методом сплошной выборки постов, хештегов, фотографий и видео, а также всех комментариев под указанными постами официальных аккаунтов Instagram, ВКонтакте, Facebook, Twitter и Одноклассники за период 1 октября 2020 – 31 декабря 2020 г. Отметим, что посты дублировались во всех 5 социальных сетях у всех глав городов. В итоге нами было отобрано четыре мэра, две женщины и двое мужчин:

– Локоть Анатолий Евгеньевич – мэр города Новосибирск, 4 место в Рейтинге Медиалогии: аккаунты Instagram [15], ВКонтакте [17], Одноклассники [16] и Facebook [18]: 158 постов, 286 фотографий и более 4000 комментариев;

– Котова Наталья Петровна – мэр города Челябинск, 5-е место в Рейтинге Медиалогии: аккаунты Instagram [19] и ВКонтакте [20]: 14 постов, 90 фотографий и более 1500 комментариев;

– Хаджимурадов Иса Нажадиевич – мэр города Грозный, 79-е место в Рейтинге Медиалогии: аккаунт Instagram [11]: 196 постов, 223 фотографии и около 10300 комментариев;

– Рокотянская Юлия Владимировна – мэр города Рязань, 96-е место в Рейтинге Медиалогии: аккаунты ВКонтакте [13], Instagram [12] и Facebook [14]: 186 постов, 510 фотографий и более 250 комментариев.

**Результаты исследования и их обсуждение.** Согласно словарю современного английского языка, «повестка дня» – это перечень тем, подлежащих обсуждению; вещи, которые у всех на устах или совокупность мер, которые необходимо принять [30]. В нашей работе данный термин рассматривается как набор целей идеологической группы или же темы, обсуждаемой властью [27]. Важно отметить, что в большинстве случаев субъектом, формирующим политическую власть, признано считать именно власть, чаще всего исполнительную. В свою очередь, партии, различные НКО, СМИ и блогеры способны оказывать влияние на процесс формирования повестки, что и происходит в современном постинформационном обществе. Установление повестки дня было рассмотрено М. Маккомбзом и Д. Шоу. Исследователи сформулировали три разновидности повестки дня. Во-первых, личностная – система приоритетов в отношении наиболее важных для самого индивида социальных и политических проблем. Во-вторых, межличностная – система приоритетов в отношении проблем, которые индивид обсуждает с членами своей микрогруппы. В-третьих, предполагаемая общественная – представления индивида о том, какие проблемы являются наиболее важными для того общества, к которому он принадлежит [32].

Е. Г. Дьякова считает, что «повестка возникает на пересечении усилий различных средств массовой информации, государства, других социальных и политических институтов и групп влияния и при этом подвержена влиянию неконтролируемых событий и внезапных кризисов» [3, с. 8]. А. А. Дегтярев отмечает, что повестка дня представляет собой совокупность актуальных социальных проблем, отражающих те потребности общества или отдельных групп интересов, на которые политики и администраторы способны реагировать [2]. Как указывает политолог Е. Б. Шестопал, «повестка дня связывается с теми идеями, целями и ценностями, которые власть ... кладет в основу своей текущей политики» [26, с. 8]. В свою очередь, Дж. Андерсон утверждает, что «политическая повестка дня образуется из требований, которые политики выбирают сами, почувствовав, что пришла пора на них прореагировать или хотя бы создать видимость такой реакции» [28, с. 187].

К наиболее поздним работам, исследующим политическую повестку дня, относят исследования Д. И. Каминченко. Он пишет, что социальные медиа способны выступать проводником общественного мнения [5]. Не менее интересной работой является статья А. Д. Казун, в которой она обращается к вопросу принадлежности повестки дня. Исследователь пишет, что тот политический субъект, который способен сформулировать наиболее актуальные вопросы для повестки дня, и будет более популярен [4].

Вторым теоретико-методологическим основанием стала призма дискурсивного анализа цифровой повестки дня. Т. Ван Дейк определяет дискурс как «коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и прочем контексте. Это коммуникативное действие может быть речевым, письменным, иметь вербальные и невербальные составляющие» [34, с. 4]. В узком смысле дискурс – текст или разговор, т. е. вербальный продукт коммуникативного действия. Исходя из этого, дискурс понимается как:

- конкретный разговор: употребление понятия дискурс всегда касается каких-то конкретных объектов в конкретной обстановке и в конкретном контексте;
- тип разговора, т. е. тип вербальной продукции;
- жанр, например, «новостной дискурс», «политический дискурс»;
- социальная формация, когда понятие дискурс относится к определенной исторической эпохе, социальной общности или культуре [34].

Третьим исследовательским подходом стал сетевой. В последнее время онлайн-пространство все больше влияет на повестку дня, сетевые ресурсы обладают большим потенциалом, чем традиционное политическое пространство, и готовы быстрее удовлетворить потребности граждан. У этого явления есть несколько причин.

Во-первых, в настоящее время наиболее активная часть населения, интересующаяся политикой, так или иначе взаимодействует с Интернетом [1]. Число пользователей глобальной сетью увеличивается с каждым днем, а политика приходит на различные площадки. Исходя из этого, мы наблюдаем тенденцию того, что представители активной части граждан могут и уже самым непосредственным образом влияют на процессы, протекающие в офлайн-пространстве [23].

Во-вторых, происходящие в Сети события и транслируемый в онлайн-пространстве контент начинают все больше влиять на работу традиционных средств массовой информации. Последние, в свою очередь, вынуждены подстраиваться под работу онлайн-пространства, которое способно быстрее выдвигать наиболее актуальную повестку дня [31].

В-третьих, онлайн-ресурсы предоставляют широкий спектр возможностей для организации оперативного интерактивного общения с пользователями, имеющими возможность прямого участия в дискуссиях и обсуждениях, публикации своего мнения, обмена мнениями с другими пользователями независимо от их территориального местонахождения и времени суток [33].

Нами были выявлены следующие дискурсивные тематики постов:

А. Локоть – активный пользователь социальных сетей, он регулярно выкладывает посты на различные темы в 4 социальных сетях. У него существенно преобладают посты по тематике строительства, далее идет тематика социальной сферы и наименьшее количество постов связаны с поздравлениями с праздниками. Политика и экономика почти не пользуются популярностью в его аккаунтах. Мэр практически не уделяет внимание тематике коронавируса. Мэр дублирует большинство своих постов, однако в Одноклассниках он публикует больше информации. Это может говорить о преобладании более возрастной категории граждан среди электората политика.

У Н. Котовой много постов о социальной сфере, развитии городской инфраструктуры, а также есть поздравления с праздниками. Особенностью является то, что за выбранный нами период мэром не были ни разу освещены темы коронавируса, досуга и экономики.

И. Хаджимурадов ведет только Инстаграм-аккаунт и чаще всего вместо фотографий к постам делает lifestyle видео, на которых мэр прогуливается по городу (либо утренние пробежки), отвечает на вопросы подписчиков, рассказывает о городе и делится впечатлениями о мероприятиях. На втором месте идут посты с поздравлениями. Меньше всего уделено внимание вопросам инфраструктуры, экономики и здравоохранения. Аккаунт данного мэра наиболее приближен к личному блогу из-за lifestyle контента.

Наибольшее количество постов в аккаунтах Ю. Рокотьянской посвящено поздравлениям с различными праздниками (государственные, профессиональные, юбилеи жителей, политических партий и университета). У мэра Рязани на втором месте идут посты об экономике (благоустройство города, городской бюджет, налоговый контроль) и социальной сфере (помощь пострадавшим и многодетным семьям); на третьем месте – тема коронавируса (встреча с добровольцами, помощь медикам и больным, предупреждение распространения инфекции).

Визуальная составляющая анализируемого социально-политического контента:

А. Локоть чаще всего представлен на фоне городских объектов (существующие и строящиеся учреждения, детские сады, гимназии, парки); особое место занимают фотографии с матчей новосибирской хоккейной команды «Сибирь» в окружении болельщиков; фотографии с праздничных мероприятий города (День учителя и День матери); тематика коронавируса (медицинские центры, антивирусная выставка).

На фотографиях к постам Н. Котова чаще всего находится на фоне городских объектов (социальные здания (школы, больницы), парки, набережная, открытие новых городских объектов); на групповых фотографиях она всегда на переднем плане в окружении коллег или городских жителей (медики, спортсмены, семьи и дети).

Множество фотографий и видеороликов И. Хаджимурадова сняты на фронтальную камеру смартфона: чаще всего это сам мэр крупным планом в движении, в окружении жителей либо с известными персонами. Такой формат взаимодействия стирает черту, отдаляющую власть от жителей Грозного.

Абсолютное большинство фотографий Ю. Рокотьянской – в окружении городских жителей (праздничные мероприятия); на втором месте – встречи, заседания и рабочие сессии в администрации (деловые мероприятия); тематика коронавируса (в окружении медицинских работников) и помощь социально не защищенным слоям населения.

Анализ дискурса комментариев:

Обратная связь А. Локотю: около 2500 комментариев из 4000 посвящены критике деятельности мэра в области строительства и реконструкции городских объектов и дорог, проблемам с отоплением и горячей водой в квартирах. На втором месте по обсуждению идет социальная сфера: 1200 комментариев, из которых 60 % – положительные маркеры (*спасибо мэру за новые городские объекты*), 20 % – нейтральных (*хороший город*) и 20 % – негативных (*мусор на улицах города*). Около 300 комментариев связаны с коронавирусом: из них 80 % характеризуются отрицательными маркерами (*мэр без маски, отсутствие лекарств в аптеках и мед. учреждениях*).

Обратная связь Н. Котовой: городская инфраструктура комментируется подписчиками наиболее активно. Примерно 600 комментариев из 1500 посвящены данной теме: из них 70 % носят резко негативный характер (отрицательные маркеры связаны с проблемами дорог, пешеходными тропинками, зелеными зонами и заборами); 30 % комментариев носят позитивный (в основном благодарности пользователей мэру за работу) и нейтральный характер (пользователи обезличенно отмечают красоту и улучшения в городе).

На втором месте по тематической популярности комментариев идет социальная сфера – 500 комментариев: из них 80 % характеризуются положительными маркерами и 20 % – негативными маркерами. Около 200 комментариев связаны с темой коронавируса: 50 % направлены на критику мэра, не носящего медицинскую маску на публичных мероприятиях, и 50 % носят нейтральный характер и связаны с вопросами про масочный режим в городе. Несмотря на то что аккаунты полностью дублируются в двух социальных сетях, отметим, что в Instagram аудитория настроена более положительно, в то время как в социальной сети ВКонтакте встречаются комментарии с нецензурной лексикой и оскорблениями в адрес всей администрации города Челябинска.

В комментариях к постам И. Хаджимурадова ярко выражена региональная специфика – использование чеченского языка. 95 % комментариев несут положительные маркеры, включающие поздравления, слова благодарности мэру за работу, а также графические иллюстрации в виде «смайлов».

Комментариев у постов Ю. Рокотянской намного меньше, чем у других городских глав. 70 % всех комментариев характеризуются положительными маркерами и связаны с ответными поздравлениями с праздниками и похвалой работы мэра. 20 % – это негативные комментарии, маркеры которых направлены на недовольство тем, что мэр на фотографиях без маски, а также наличием аварийных зданий в городе. 10 % нейтральных маркеров связаны с историями жителей города и не направлены на мэра. Очень заметна работа редакторов с комментариями.

**Выводы.** Основные выводы проведенного эмпирического исследования сетевого дискурса, состоящего из цифровой социально-политической повестки дня, формируемой мэрами российских городов и реакцией граждан на данный креолизованный контент, заключаются в следующем.

1. Аккаунт И. Н. Хаджимурадова – классический личный блог политика. Н. П. Котова и А. Е. Локоть делают упор на рабочие процессы, не «погружая» электорат в свою личную жизнь, что свойственно большому числу субъектов политики. Особенностью аккаунта Ю. В. Рокотянской являются, во-первых, большое число фотографий; во-вторых, активная модерация комментариев.

2. Мэры выбранных городов России совершенно по-разному интерпретируют и транслируют через свои аккаунты цифровую социально-политическую повестку дня. Они не только отчитываются о самостоятельно проведенной работе и мероприятиях в рамках совместной деятельности с администрацией города, но и публикуют различный фото- и видеоконтент о событиях города, происходящих в режиме реального времени.

3. Говоря об отличительных характеристиках аккаунтов, отметим, что в рамках дискурсивной составляющей посты мэров совершенно разнообразны и учитывают локальную и региональную специфику.

4. Из общих черт упомянем, что мэры пишут о строительстве дорог, зданий и сооружений, о реконструкции парков и скверов, а также о социальной сфере, включающей публикации о школах, детских садах и многих других социальных объектах.

5. Обратим внимание на то, что тематика коронавируса является наиболее актуальной в 2020–2021 гг., но анализ показал, что все исследуемые главы городов мало уделяли должного внимания освещению тем, связанных с пандемией.

6. На многих фото политики находятся в окружении людей без средств индивидуальной защиты, что приводит к большому количеству комментариев под соответствующими постами с отрицательными маркерами.

Основной вывод нашего исследования: идет параллельный процесс формирования цифровой социально-политической повестки дня, в рамках которого власти, включая мэров, не только формируют, но и отражают в своих официальных аккаунтах общественный

дискурс, заданный другими субъектами: пользователями / жителями города и другими политическими акторами локального уровня.

Таким образом, мэрам требуется более тщательно рассматривать вопросы, актуальные среди населения их городов, так как большинство людей в онлайн-пространстве может прислушиваться к лидерам мнений, способным транслировать информацию, которая не всегда будет удовлетворять позиции самого политика.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Володенков С. В. Особенности Интернета как современного пространства политических коммуникаций // *PolitBook*. – 2018. – № 3. – С. 6–21.
2. Дегтярев А. А. Процесс принятия и осуществления решений в публично-государственной политике: динамический цикл и его основные фазы // *Полис. Политические исследования*. – 2004. – № 4. – С. 158–168.
3. Дьякова Е. Г. Власть и массовая коммуникация (опыт теоретического моделирования) : дис. ... д-ра полит. наук : 23.00.01. – Екатеринбург, 2003. – 301 с.
4. Казун А. Д. Кому принадлежит повестка дня? Обзор теории Issue Ownership // *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*. – 2018. – № 4(146). – С. 109–123.
5. Каминченко Д. И. К вопросу о фрагментации современной информационной повестки дня: анализ текстов СМИ и социальных медиа // *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*. – 2019. – № 4. – С. 573–583.
6. Катермина В. В., Рябченко Н. А., Литириди С. Х., Гнедаш А. А., Мальшева О. П. Исследование лингвистической модели политических коммуникаций в социальной сети Twitter в отношении президента США Д. Трампа в марте–июне 2020 г. // *Политическая лингвистика*. – 2020. – № 5(83). – С. 87–107.
7. Курочкин А. В., Антонов Г. К. Особенности информационно-коммуникативного пространства политики в современной России // *Общество: политика, экономика, право*. – 2017. – № 2. – С. 9–13.
8. Лушанкин С. С. Категория «повестка дня» в структуре политического процесса: понятие «политической повестки дня» и модели ее формирования // *Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения*. – 2017. – Т. 1. – Вып. 4. – С. 456–465.
9. Малащенко А. В., Нисневич Ю. А., Рябов А. В. Становление постиндустриальной цивилизации: от цифровизации до варварства. – М. : Юрайт, 2019. – 212 с.
10. Медиарейтинг мэров // *Первые лица субъектов РФ. Сайт 2020* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.mlg.ru/ratings/vlast/mayors/szfo/8334/> (дата обращения: 12.07.2021).
11. Официальный аккаунт мэра г. Грозный И. Н. Хаджимурадова в Instagram [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.instagram.com/isa.patriot/?hl=ru> (дата обращения: 12.07.2021).
12. Официальный аккаунт мэра г. Рязань Ю. В. Рокотьянской в Instagram [Электронный ресурс]. – URL : [https://www.instagram.com/roko-tyanskaaya\\_julia/?hl=ru](https://www.instagram.com/roko-tyanskaaya_julia/?hl=ru) (дата обращения: 10.07.2021).
13. Официальный аккаунт мэра г. Рязань Ю. В. Рокотьянской ВКонтакте [Электронный ресурс]. – URL : <https://vk.com/y.rokotyanskaaya> (дата обращения: 10.07.2021).
14. Официальный аккаунт мэра г. Рязань Ю. В. Рокотьянской на Facebook [Электронный ресурс]. – URL : <https://m.facebook.com/profile.php?id=100006-614981411&refsrc=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fprofile.php> (дата обращения: 10.07.2021).
15. Официальный аккаунт мэра г. Новосибирск А. Е. Локоть в Instagram [Электронный ресурс]. – URL : [https://www.instagram.com/a\\_lokot/](https://www.instagram.com/a_lokot/) (дата обращения: 13.07.2021).
16. Официальный аккаунт мэра г. Новосибирск А. Е. Локоть в Одноклассниках [Электронный ресурс]. – URL : <https://ok.ru/anatoly.lokot> (дата обращения: 13.07.2021).
17. Официальный аккаунт мэра г. Новосибирск А. Е. Локоть ВКонтакте [Электронный ресурс]. – URL : [https://vk.com/a\\_lokot](https://vk.com/a_lokot) (дата обращения: 13.07.2021).
18. Официальный аккаунт мэра г. Новосибирск А. Е. Локоть на Facebook [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.facebook.com/Anatoly.Lokot> (дата обращения: 13.07.2021).
19. Официальный аккаунт мэра г. Челябинск Н. П. Котовой в Instagram [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.instagram.com/na-talyakotova.official/?hl=ru> (дата обращения: 14.07.2021).
20. Официальный аккаунт мэра г. Челябинск Н. П. Котовой ВКонтакте [Электронный ресурс]. – URL : <https://vk.com/id576287930> (дата обращения: 14.07.2021).
21. Подорова-Аникина О. Н. Коммуникативное пространство политики в условиях глобализации // *Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Серия: Теория и практика управления*. – 2016. – № 17(22). – С. 13–16.
22. Рябченко Н. А. Институционализация публичной политики в online-пространстве современной России : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02. – Краснодар, 2012. – 196 с.

23. Рябченко Н. А., Малышева О. П. Характеристики современной политической коммуникации в online-пространстве // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2020. – № 2. – С. 101–113.
24. Рябченко Н. А., Малышева О. П., Гнедаш А. А. Управление политическим контентом в социальных сетях в период предвыборной кампании в эпоху постправды // Полис. Политические исследования. – 2019. – № 2. – С. 92–106.
25. Феномен Трампа / под ред. А. В. Кузнецова. – М. : ИНИОН РАН, 2020. – 642 с.
26. Шестопал Е. Б. Политическая повестка дня российской власти и её восприятие гражданами // Полис. Политические исследования. – 2011. – № 2. – С. 7–24.
27. *Agenda-setting theory*. Wikipedia [Электронный ресурс]. – URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Agenda-setting\\_theory](https://en.wikipedia.org/wiki/Agenda-setting_theory) (дата обращения: 01.08.2021).
28. *Anderson J. Public Policymaking: An Introduction*. – Boston, N.Y., 2003. – 345 p.
29. *Lee B., Lancendorfer K., Lee K. J. Agenda-setting, and the internet: The intermedia influence of internet bulletin boards on newspaper coverage of the 2000 general election in South Korea* // *Asian Journal of Communication*. – 2006. – № 15. – P. 57–71.
30. *Longman Dictionary of Contemporary English*. Intern. students ed. – Edinburgh Gate, Harlow, England : Longman, 1995. – XXII. – 1668 p.
31. *Luo Y., Burley H., Moe A., Sui M. A Meta-Analysis of News Media's Public Agenda-Setting Effects, 1972–2015* // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. – 2019. – № 96(1). – P. 150–172.
32. *McCombs M., Shaw D. L. The Evolution of Agenda Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas* // *Journal of Communication*. – 2006. – № 43(2). – P. 58–67.
33. *Rosenblatt K. A summer of digital protest: How 2020 became the summer of activism both online and offline*. – URL : <https://www.nbcnews.com/news/us-news/summer-digital-protest-how-2020-became-summer-activism-both-online-n1241001> (дата обращения: 08.08.2021).
34. *Van Dijk T. Discourse and context: A sociocognitive approach*. – Cambridge : Cambridge University Press, 2008. – 267 p.

Статья поступила в редакцию 12.08.2021

#### REFERENCES

1. Volodenkov S. V. Osobennosti Interneta kak sovremennogo prostranstva politicheskikh kommunikacij // *PolitBook*. – 2018. – № 3. – S. 6–21.
2. Degtyarev A. A. Process prinyatiya i osushchestvleniya reshenii v publichno-gosudarstvennoj politike: dinamiceskij cikl i ego osnovnye fazy // *Polis. Politicheskie issledovaniya*. – 2004. – № 4. – S. 158–168.
3. D'yakova E. G. Vlast' i massovaya kommunikaciya (opyt teoreticheskogo modelirovaniya) : dis. ... d-ra polit. nauk : 23.00.01. – Ekaterinburg, 2003. – 301 s.
4. Kazun A. D. Komu prinadlezhit povestka dnya? Obzor teorii Issue Ownership // *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i social'nye peremeny*. – 2018. – № 4(146). – S. 109–123.
5. Kaminchenko D. I. K voprosu o fragmentacii sovremennoj informacionnoj povestki dnya: analiz tekstov SMI i social'nyh media // *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki*. – 2019. – № 4. – S. 573–583.
6. Katermina V. V., Ryabchenko N. A., Lipiridi S. H., Gnedash A. A., Malysheva O. P. Issledovanie lingvisticheskoy modeli politicheskikh kommunikacij v social'noj seti Twitter v otnoshenii prezidenta SShA D. Trampa v marte–iyune 2020 g. // *Politicheskaya lingvistika*. – 2020. – № 5(83). – S. 87–107.
7. Kurochkin A. V., Antonov G. K. Osobennosti informacionno-kommunikativnogo prostranstva politiki v sovremennoj Rossii // *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo*. – 2017. – № 2. – S. 9–13.
8. Lushankin S. S. Kategoriya «povestka dnya» v strukture politicheskogo processa: ponyatie «politicheskoy povestki dnya» i modeli ee formirovaniya // *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Sociologiya. Politologiya. Mezhdunarodnye otnosheniya*. – 2017. – T. 1. – Vyp. 4. – S. 456–465.
9. Malashenko A. V., Nisnevich Yu. A., Ryabov A. V. Stanovlenie postindustrial'noj civilizacii: ot cifrovizacii do varvarstva. – M. : Yuraĭt, 2019. – 212 s.
10. *Mediarejting merov* // *Pervye lica sub'ektov RF. Sajt 2020 [Elektronnyj resurs]*. – URL : <https://www.mlg.ru/ratings/vlast/mayors/szfo/8334/> (data obrashcheniya: 12.07.2021).
11. *Oficial'nyj akkaunt mera g. Groznyj I. N. Hadzhimuradova v Instagram [Elektronnyj resurs]*. – URL : <https://www.instagram.com/isa.patriot/?hl=ru> (data obrashcheniya: 12.07.2021).
12. *Oficial'nyj akkaunt mera g. Ryazan' Yu. V. Rokotyanskoj v Instagram [Elektronnyj resurs]*. – URL : [https://www.instagram.com/roko-tyanskaya\\_julia/?hl=ru](https://www.instagram.com/roko-tyanskaya_julia/?hl=ru) (data obrashcheniya: 10.07.2021).
13. *Oficial'nyj akkaunt mera g. Ryazan' Yu. V. Rokotyanskoj v VKontakte [Elektronnyj resurs]*. – URL : <https://vk.com/y.rokotyanskaya> (data obrashcheniya: 10.07.2021).

14. Oficial'nyj akkaunt mera g. Ryazan' Yu. V. Rokotyanskoj na Facebook [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://m.facebook.com/profile.php?id=100006-614981411&refsrc=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fprofile.php> (data obrashcheniya: 10.07.2021).
15. Oficial'nyj akkaunt mera g. Novosibirsk A. E. Lokot' v Instagram [Elektronnyj resurs]. – URL : [https://www.instagram.com/a\\_lokot/](https://www.instagram.com/a_lokot/) (data obrashcheniya: 13.07.2021).
16. Oficial'nyj akkaunt mera g. Novosibirsk A. E. Lokot' v Odnoklassnikah [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://ok.ru/anatoly.lokot> (data obrashcheniya: 13.07.2021).
17. Oficial'nyj akkaunt mera g. Novosibirsk A. E. Lokot' VKontakte [Elektronnyj resurs]. – URL : [https://vk.com/a\\_lokot](https://vk.com/a_lokot) (data obrashcheniya: 13.07.2021).
18. Oficial'nyj akkaunt mera g. Novosibirsk A. E. Lokot' na Facebook [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://www.facebook.com/Anatoly.Lokot> (data obrashcheniya: 13.07.2021).
19. Oficial'nyj akkaunt mera g. Chelyabinsk N. P. Kotovoj v Instagram [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://www.instagram.com/na-talyakotova.official/?hl=ru> (data obrashcheniya: 14.07.2021).
20. Oficial'nyj akkaunt mera g. Chelyabinsk N. P. Kotovoj VKontakte [Elektronnyj resurs]. – URL : <https://vk.com/id576287930> (data obrashcheniya: 14.07.2021).
21. Podorova-Anikina O. N. Kommunikativnoe prostranstvo politiki v usloviyah globalizacii // Vestnik Komi respublikanskoj akademii gosudarstvennoj sluzhby i upravleniya. Seriya: Teoriya i praktika upravleniya. – 2016. – № 17(22). – S. 13–16.
22. Ryabchenko N. A. Institucionalizaciya publichnoj politiki v online-prostranstve sovremennoj Rossii : dis. ... kand. polit. nauk : 23.00.02. – Krasnodar, 2012. – 196 s.
23. Ryabchenko N. A., Malysheva O. P. Charakteristiki sovremennoj politicheskoj kommunikacii v online-prostranstve // Voprosy kognitivnoj lingvistiki. – 2020. – № 2. – S. 101–113.
24. Ryabchenko N. A., Malysheva O. P., Gnedash A. A. Upravlenie politicheskim kontentom v social'nyh setyah v period predvybornoj kampanii v epohu postpravdy // Polis. Politicheskie issledovaniya. – 2019. – № 2. – S. 92–106.
25. Fenomen Trampa / pod red. A. V. Kuznecova. – M. : INION RAN, 2020. – 642 s.
26. Shestopal E. B. Politicheskaya povestka dnya rossijskoj vlasti i ee vospriyatie grazhdanami // Polis. Politicheskie issledovaniya. – 2011. – № 2. – S. 7–24.
27. Agenda-settingtheory. Wikipedia [Elektronnyj resurs]. – URL : [https://en.wikipedia.org/wiki/Agenda-setting\\_theory](https://en.wikipedia.org/wiki/Agenda-setting_theory) (data obrashcheniya: 01.08.2021).
28. Anderson J. Public Policymaking: An Introduction. – Boston, N.Y., 2003. – 345 p.
29. Lee B., Lancendorfer K., Lee K. J. Agenda-setting, and the internet: The intermedia influence of internet bulletin boards on newspaper coverage of the 2000 general election in South Korea // Asian Journal of Communication. – 2006. – № 15. – P. 57–71.
30. Longman Dictionary of Contemporary English. Intern. students ed. – Edinburgh Gate, Harlow, England : Longman, 1995. – XXII. – 1668 p.
31. Luo Y., Burley H., Moe A., Sui M. A Meta-Analysis of News Media's Public Agenda-Setting Effects, 1972–2015 // Journalism & Mass Communication Quarterly. – 2019. – № 96(1). – P. 150–172.
32. McCombs M., Shaw D. L. The Evolution of Agenda Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas // Journal of Communication. – 2006. – №43(2). – P. 58–67.
33. Rosenblatt K. A summer of digital protest: How 2020 became the summer of activism both online and offline. – URL : <https://www.nbcnews.com/news/us-news/summer-digital-protest-how-2020-became-summer-activism-both-online-n1241001> (data obrashcheniya: 08.08.2021).
34. Van Dijk T. Discourse and context: A sociocognitive approach. – Cambridge : Cambridge University Press, 2008. – 267 p.

The article was contributed on August 12, 2021

### **Сведения об авторах**

*Сизоненко Анастасия Юрьевна* – студентка 4-го курса направления подготовки бакалавров «Государственное и муниципальное управление» Кубанского государственного университета, г. Краснодар, Россия; e-mail: [anastasia-sizonenko@mail.ru](mailto:anastasia-sizonenko@mail.ru)

*Гнедаш Анна Александровна* – кандидат политических наук, доцент кафедры государственной политики и государственного управления Кубанского государственного университета, г. Краснодар, Россия; e-mail: [anna\\_gnedash@inbox.ru](mailto:anna_gnedash@inbox.ru)

*Катермина Вероника Викторовна* – доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии Кубанского государственного университета, г. Краснодар, Россия; e-mail: [veronika.katermina@yandex.ru](mailto:veronika.katermina@yandex.ru)

**Author information**

*Sizonenko, Anastasia Yuryevna* – Forth-year Bachelor’s Degree Student of “State and Municipal Management” Training Program, Kuban State University, Krasnodar, Russia; e-mail: [anastasia-sizonenko@mail.ru](mailto:anastasia-sizonenko@mail.ru)

*Gnedash, Anna Aleksandrovna* – Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Department of Public Policy and Public Administration, Kuban State University, Krasnodar, Russia; e-mail: [anna\\_gnedash@inbox.ru](mailto:anna_gnedash@inbox.ru)

*Katermina, Veronika Viktorovna* – Doctor of Philology, Professor of the Department of English Philology, Kuban State University, Krasnodar, Russia, e-mail: [veronika.katermina@yandex.ru](mailto:veronika.katermina@yandex.ru)