

Секция «Современная политическая коммуникация: новые модели и технологии»

Участие новых партий в электоральном цикле 2021 г. как фактор политической нестабильности в России

Научный руководитель – Бродовская Елена Викторовна

Лукушин В.А.¹, Сухарева Е.С.²

1 - Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финансовый университет), Москва, Россия, *E-mail: lukushin@aol.com*; 2 - Кубанский государственный университет, Факультет управления и психологии, Кафедра политологии и политического управления, Краснодар, Россия, *E-mail: katya.suxareva.99@inbox.ru*

Исследование выполнено коллективом Лаборатории аналитики Больших данных на ВОФ молодых политологов "Дигория 2020" под руководством Бродовской Е. В.

Итоги прошедшего в сентябре 2020 г. «Единого дня голосования» изменили расстановку политических сил. Это напрямую связано с появлением в России новых партийных проектов - «Новые люди», «За правду», «Зеленая альтернатива», «Партия прямой демократии». Баланс сил, который сложится по итогам выборов в Государственную Думу, будет оказывать влияние на результаты президентской кампании 2024 г. В рамках исследования предлагается выявить содержательные, технологические, динамические и структурные характеристики цифровой коммуникации новых политических партий в преддверии нового электорального цикла.

Методика исследования включает в себя использование социально-медийной аналитики, когнитивного картирования, а также построение социальных графов. Учитывая широкие возможности социальных сетей в реализации различных форм гражданской активности [1], именно цифровые следы, генерируемые новыми политическими партиями в социальных медиа и аккаунты интернет-пользователей, вовлеченных в повестку новых партий являются эмпирическими объектами данного исследования. Для мониторинга социально-медийного контента новых партий используется автоматизированный сервис «IQBuzz» (более 250 тыс. сообщений) и сервис аналитики цифровых сообществ «Popsters». В ходе когнитивного картирования применяется инструмент статистической обработки данных «SPSS Statistics». Кроме того, используется сервис «Социальный граф», позволяющий исследовать и визуализировать социальные связи между участниками сообществ в социальной сети «ВКонтакте» [2]. Комплексное использование данных инструментов позволяет не только выявить особенности цифровой коммуникации новых партий, но спрогнозировать возможные риски дестабилизации политической системы, связанные с нарушением партийного баланса.

В рамках проведенного исследования были сформулированы следующие результаты:

1. Новые политические партии продемонстрировали высокую активность в социальных медиа, темпы которой не сократились после Единого дня голосования 2020 г. Информационный поток всех рассматриваемых новых партий наращивается в течение октября. Это сигнализирует о намерениях партий участвовать в новом электоральном цикле, который для них уже начался (рис. 1). Лидерами по присутствию в социальных медиа являются партии «Новые люди» и «За правду» (рис. 2).

2. Новые политические партии активно взаимодействуют с широкой аудиторией, которая является традиционной для парламентских партий, что создает риски потери электората (Рисунок 2). В тоже время, новые партии умеют точно работать с отдельными категориями избирателей. Так, информационные сообщества партии «Зеленая альтернатива»

объединяют существенное число женской аудитории (41%). Это объясняется их большей озабоченностью состоянием окружающей среды и заботой о здоровье детей. «Партия прямой демократии» напротив, работает с преимущественно мужской аудиторией (70%), что связано с личностью лидера партии - основателя популярной компьютерной игры. Зафиксирована высокая вовлеченность молодых людей (16 - 35 лет) в повестку новых политических партий (средний показатель по всем партиям - 48%). Именно эта возрастная категория испытывает большее недовольство статичностью политической системы. Активная работа с данной возрастной категорией позволит приобщить их к участию в электоральных процессах, создавая дополнительные риски для партийной системы (рис. 3). Наибольшие шансы на мобилизацию молодежи в рамках парламентской кампании имеет партия «Новые люди», продемонстрировавшая наибольшую вовлеченность молодых людей в свои информационные потоки (57%).

3. Новые политические партии качественно управляют контентом в социальных сетях. Применяемые технологии разнятся: в публикациях «Партии прямой демократии» и «Новых людей» содержится меньше конкретных указаний, но сами посты отличаются рациональностью. Это позволило партиям привлечь к себе общественное внимание весной 2020 г. на пике эпидемиологических ограничений. Партии «За правду» и «Зеленая альтернатива» делают акцент на эмоциональную составляющую, их контент не имеет яркого политического окраса, что позволяет включить в собственную повестку гражданских и экологических активистов (рис. 4).

4. Разнятся и стратегии организации цифровых сообществ. Для политических партий «Новые люди» и «За правду» характерна высокая плотность связей между сообществами, наличие разветвленной сети региональных сообществ, а также включение в процесс коммуникации крупных лидеров мнений (рис. 5). У партий «Зеленая альтернатива» и «Партии прямой демократии» отсутствует разветвленная региональная сетка, а плотность связей - низкая. Партии нацелены на точечную работу в наиболее проблемных регионах.

Сформулированные в рамках исследования результаты подтверждают, что активное участие новых партийных проектов в политическом процессе представляет угрозу для парламентских партий. В рамках избирательной кампании в Государственную Думу РФ 2021 г. возможен не только прямой переток не только голосов избирателей, но и партийных кадров. В этих условиях партиям необходимо развивать собственную цифровую инфраструктуру. Помимо решения традиционных для российских политических партий проблем, связанных с низким уровнем цифровой информационной открытости [3], необходимо сконцентрироваться на изменении вектора публикуемого контента в сторону неформальности и акцента на неполитических темах, что позволит привлечь внимание политически пассивной аудитории, в том числе молодежи.

Источники и литература

- 1) Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Синяков А. В. Стратегии использования социальных сетей в современной России: результаты многомерного шкалирования // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. №1. С. 283–296.
- 2) Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Карзубов Д. Н. и др. Развитие методологии и методики интеллектуального поиска цифровых маркеров политических процессов в социальных медиа // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2017. №5. С. 79–104.
- 3) Чижов Д. В. Интернет-коммуникации политических партий: типологические черты и инструменты // Гражданин. Выборы. Власть. 2016. №2–3. С. 159–175.

Иллюстрации

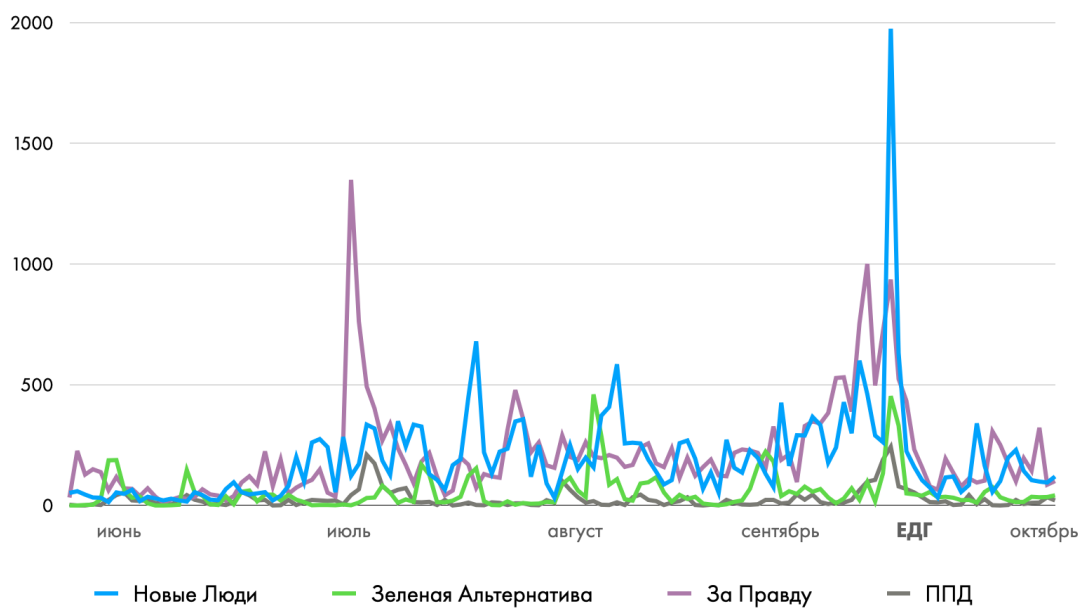


Рис. 1. Динамика информационного потока новых партий

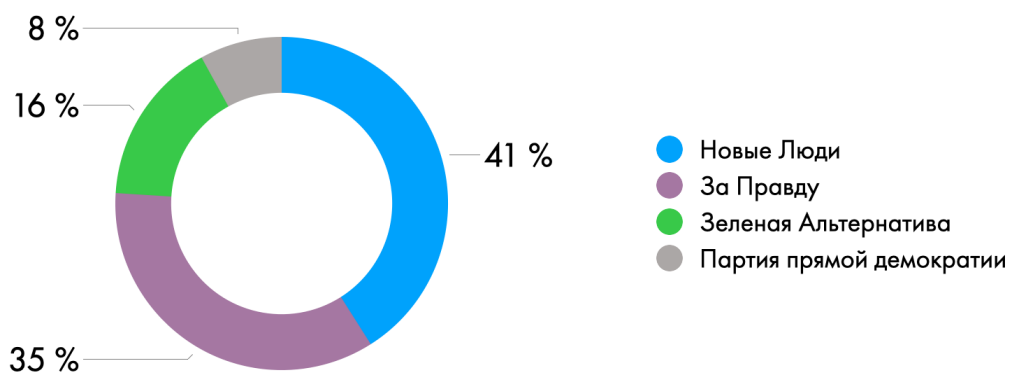


Рис. 2. Распределение информационного потока новых партий, %

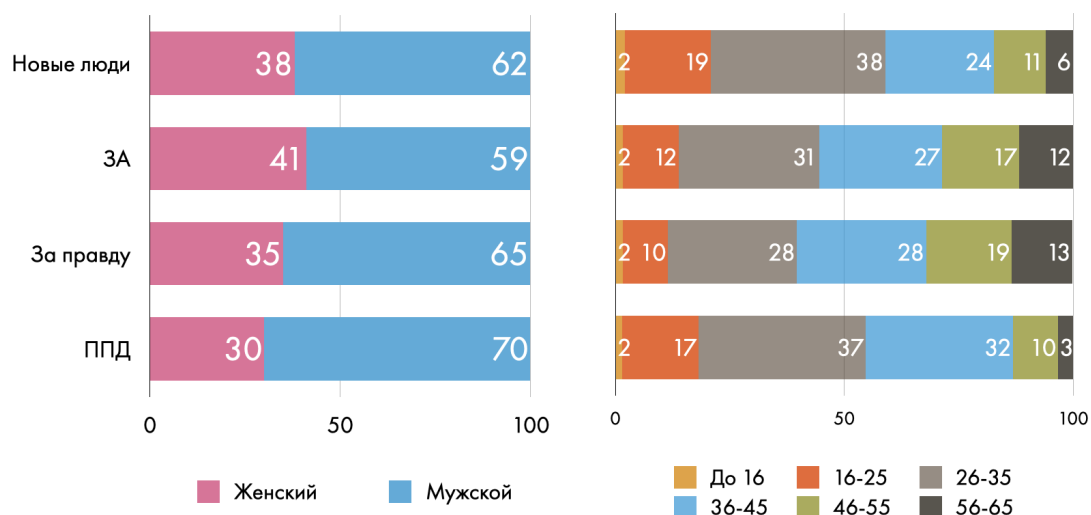


Рис. 3. Половозрастные характеристики пользователей, вовлеченных в информационный поток новых партий, %

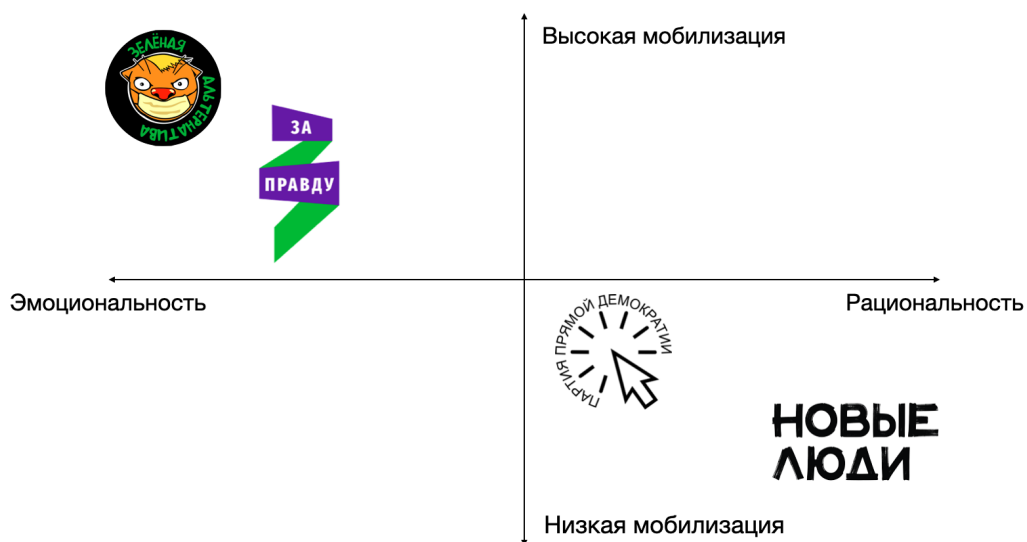


Рис. 4. Содержательные характеристики информационных потоков новых партий

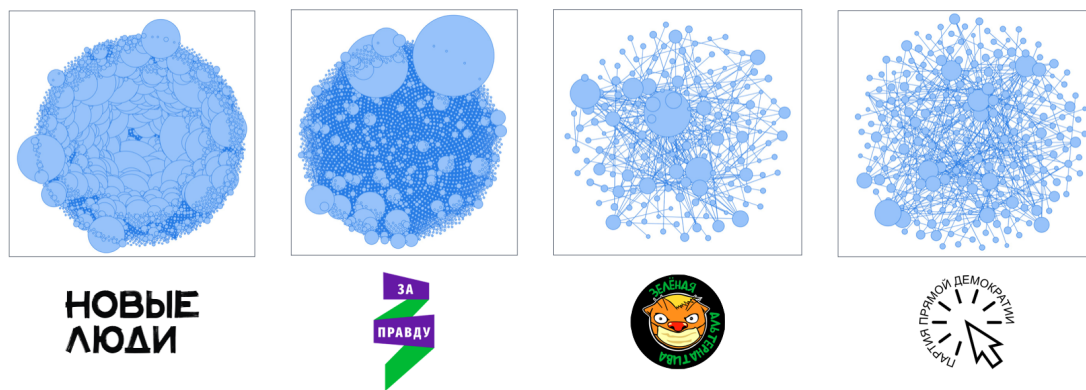


Рис. 5. Сетка цифровых сообществ новых партий