

Методология анализа современной политической повестки в Московской области: возможности Big Data

Methodology for analyzing the current political agenda in the Moscow Region: Big Data features

УДК 32.019.51

Получено: 14.02.2019

Одобрено: 06.03.2019

Опубликовано: 25.03.2019

Кисляков Е.А.

аспирант кафедры политологии и права Московского государственного областного университета
e-mail: zhenyasd94@gmail.com

Kislyakov E.A.

Postgraduate Student, Department of Political Science and Law, Moscow State Regional University
e-mail: zhenyasd94 @gmail.com

Аннотация

В данной работе автором проводится исследование актуальной политической повестки на примере Московской области. Современные технологии формирования и продвижения повестки, особенно в интернет-сфере с открывшимися возможностями Big Data, требуют соответствующего ему инструментария. В этой связи для анализа повестки был использован ресурс Google Trends, который позволяет отслеживать динамику поисковых запросов по тем или иным темам за определенные промежутки времени. За основу для анализа была взята тема «мусорного» кризиса в Подмосковье, которая произвела значительный резонанс в обществе и на всех уровнях власти и была достаточно серьезно политизирована. В результате анализа удалось получить значительную корреляцию между поисковыми запросами и повесткой дня, происходящей в Подмосковье по теме полигонов и мусора. Также был произведен сопоставительный анализ похожих поисковых запросов уже по территории РФ. В выводах даются механизмы по совершенствованию практики методологии Google Trends (в части использования тематик похожих запросов и применения операторов для повышения точности анализа). В последнем выводе автор указывает на определенные недостатки ресурса и необходимость дополнения его другими сервисами, позволяющими конкретизировать те или иные запросы, в том числе в социальных сетях, чтобы наиболее полно составить картину происходящих событий.

Ключевые слова: политическая повестка дня, Big Data, методология, Google Trends.

Abstract

In this article, the author conducts a study of the modern political agenda on the example of the Moscow region. Modern technologies of forming and promoting the agenda, especially in the Internet sphere with the new possibilities of Big Data, require the appropriate instruments. In this regard, the Google Trends resource was used to analyze the agenda, which allows you to track the dynamics of search queries on specific topics for certain periods of time. The basis for the analysis was the theme of the “garbage” crisis in the Moscow region, which had a considerable resonance in society and at all levels of power and was quite seriously politicized. As a result of

the analysis, it was possible to obtain a significant correlation between the search queries and the agenda occurring in the Moscow region on the topic of landfills and garbage. Also a comparative analysis of similar search queries was made on the territory of the Russian Federation. The conclusions provide mechanisms for improving the use of Google Trends (in terms of using topics of similar requests and using operators to improve the accuracy of the analysis). In the last conclusion, the author points to certain resource flaws and the need to supplement it with other services that allow for specifying certain requests, including in social networks, in order to make the most complete picture of the events.

Keywords: political agenda, Big Data, methodology, Google Trends.

Изучение повестки в политической науке

Феномен «повестка дня» является достаточно проработанным и широко используемым в рамках политической науки. Первые попытки осмысления данного термина происходят в западной науке в 20–40-х годах XX в. в работах Б. Берельсона, Дж. Клаппера, П. Лазерсфельда, У. Липпмана [5, 12, 13]. В особенности стоит отметить труды У. Липпмана. Он полагал, что общественное восприятие информации формируется, не исходя из окружающего мира, а скорее исходя из сконструированной средствами массовой информации среды, так называемого образа в нашем сознании. Подразумевается, что общественное восприятие не отражает реальность или непосредственный опыт, а формируется с помощью знаний, полученных посредством СМИ.

По мнению Липпмана, концепция общественного восприятия – ключевой элемент того, как повестка дня, формируемая СМИ, влияет на общественное восприятие важных проблем.

В дальнейшем концепция «повестки дня» получила свое развитие в 1960-х гг. в США. Ученые пытались выяснить: механизмы формирования общественного мнения исходя из транслируемых в СМИ тем, степень реагирования граждан на процессы, происходящие в обществе, изменение поведения людей после получения ими определенной информации и т.д.

В этой связи необходимо обратить внимание на взгляды таких авторов, как Маккомбс и Шоу [14]. Они одними из первых исследовали широкий процесс «установления повестки дня» и сформулировали три базовых вариации повестки дня:

- личностная, в рамках которой индивид сам расставляет приоритеты в том, что ему важно (селективное восприятие);
- межличностная, как система восприятия тех проблем, которые человек обсуждает в своей социальной группе;
- и также общественная, то есть та проблематика, которая по мнению индивида является важной для всего общества.

Таких разновидностей повестки придерживались в дальнейшем и другие ученые, но в целом их объединяло то, что они фокусировались на роли средств массовой информации в политических коммуникациях и на формировании общественного мнения на основе медиа-повестки. Даже в более поздних работах, в эпоху развития Интернета, Маккомбс центральную роль отводит СМИ [15].

На сегодняшний день в политической науке есть различные подходы к пониманию термина «повестка дня». По мнению А.А. Дегтярева, повестка дня представляет собой совокупность актуальных социальных проблем, которые отражают потребности общества в целом или требования отдельных групп интересов и на которые политики и администраторы готовы и способны реагировать, принимать решения и предпринимать действия [3]. Его подход схож с мнением американского политолога Дж. Андерсона. Он рассматривал построение политической повестки дня как первую стадию политико-управленческого цикла. Ученый утверждает, что политическая повестка «образуется из

требований, которые политики выбирают сами, почувствовав, что пришла пора на них прореагировать или хотя бы создать видимость такой реакции» [10].

Интересен также взгляд Е. Дьяковой, которая 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» [2]. В качестве подобных событий могут выступать различные форс-мажорные обстоятельства, происходящие в обществе, например, митинги или массовые протесты, распространяющиеся с большой скоростью, или внезапные катастрофы. Такие темы начинают заполнять повестку и становятся важными для различных политических акторов, СМИ, интернет-сообществ.

Еще один российский ученый Е.Б. Шестопал указывает на то, что «повестка дня связывается с теми идеями, целями и ценностями, которые власть (и прежде всего исполнительная) кладет в основу своей текущей политики» [9]. Исходя из этого определения, именно власть выступает инициатором текущей повестки и на основе нее закладывает определенные направления общественного дискурса. А грамотно сформулированная повестка предполагает наличие у власти концептуально оформленной стратегии, где последовательно выстроены цели и задачи в соответствии с приоритетами развития.

Безусловно, подход Е. Шестопал подразумевает, что ключевым актором, который формирует повестку дня, является непосредственно власть, выстраивающая ее в соответствии с определенным видением общественно-политической ситуации. Тем не менее, существуют и альтернативные каналы формирования повестки, такие как СМИ и интернет-сфера. Несмотря на то, что в современной российской политической практике доминирует официальная повестка дня, по мнению ряда исследователей, все-таки именно Интернет стал тем самым альтернативным источником, который продуцирует собственную повестку.

По мнению Д.В. Сосунова, интернет-сообщества и социальные сети сейчас активно используются всеми политическими акторами, но благодаря скорости распространения информации и сетевому характеру коммуникации есть возможность оперативно формировать отличную от официальной повестку дня [6]. В этой связи получают широкое распространение технологии краудсорсинга, создания и продвижения интернет-петиций, а также распространение контента в популярных блогах и YouTube-каналах за счет лидеров мнений, которые благодаря «расшариванию» публикаций могут привлечь внимание к определенной проблеме нескольких миллионов людей.

В то же время, краудсорсинговые технологии активно осваивают и государственные структуры. Так, большое распространение в Москве получило созданное Правительством Москвы приложение «Активный гражданин», где происходит голосование по многим вопросам районной и городской повестки. Мнение жителей также агрегируется на портале crowd.mos.ru, где есть предпроектное обсуждение крупных городских программ (например, «Московское долголетие», «Город-2030»). Большой популярностью пользуется и портал «Наш город», где жители оперативно оставляют жалобы по различным вопросам благоустройства, ЖКХ, транспортной инфраструктуры. Оппозиционные же структуры в основном используют петиционные сервисы, например, change.org, а также делают ставку на возможности интернет-технологий: чат-боты, интерактивные платформы сторонников, контекстная реклама и т.д.

Анализ региональной повестки на примере Московской области

Очевидно, что в рамках федеративного устройства государства политическая повестка формируется на трех уровнях: федеральном, региональном и муниципальном. Причем наиболее близким к людям является муниципальный уровень. Несмотря на то, что в современной российской политической практике управления все больше полномочий передается федерации с регионального уровня, а регионам с муниципального, все равно местная администрация остается важным актором и может формировать свою повестку.

При этом все три типа повестки могут влиять друг на друга. Это очень актуально прослеживается на примере Московской области, где в 2018 г. объединение муниципальных образований в крупные городские округа вызвало дискуссии о сущности и полномочиях местного управления в России. А проблемы со свалками под Волоколамском, Люберцами, Рузой, Электроуглями и в Серпуховском районе, возникшие на муниципальном уровне, очень быстро резонировали на региональный и федеральный уровень.

После мусорного кризиса в Подмосковье в принципе была пересмотрена система обращения с отходами на территории Российской Федерации, с 1 января 2019 г. начала проводится «мусорная» реформа, концептуально оформлен один из национальных проектов «Экология», включающий в себя подпроекты «Чистая страна» и «Комплексная система по обращению с ТКО».

С точки зрения комплексного изучения проблематики формирования региональной политической повестки, актуально использовать современный инструментарий исследования больших данных (Big Data). В качестве такого инструмента может использоваться сервис Google Trends. Ряд научных работ, посвященных анализу партийных предпочтений, показывает, что приемы Google Trends могут быть полезны для такого исследования [11].

По мнению С.Н. Федорченко, данный сервис обладает следующими преимуществами и недостатками:

- «ресурс собирает большие данные, обрабатывает информацию для облегчения анализа и в итоге публикует эту информацию бесплатно;
- объективность обследования относительно высока, поскольку число запросов близко к количеству пользователей;
- предоставленная информация обновляется ежедневно;
- горячие тренды (Google Hot Trends) обновляются каждый час;
- по сравнению с социологическими опросами, такие ограничения, как когнитивный диссонанс, проявляются в меньшей мере;
- Google Trends позволяет легко определить текущие интересы пользователей, в том числе политические. Однако те же исследователи отмечают и существенные недоработки и ограничения Google Trends:
 - в тех областях, где цель поисковой активности неясна и некорректна, могут возникать погрешности при наблюдении этих процессов и прогнозировании трендов;
 - Google Trends может отражать так называемые иррациональные тенденции, когда, к примеру, происходит стремительное распространение негативных новостей, слухов и эмоциональных откликов пользователей на них;
 - для правильного понимания «больших данных» важно их уточнять путем фильтрации [7].

К уже приведенным характеристикам Google Trends можно добавить, что в таком сервисе, несмотря на механизм «минус» слов и наличие ряда логических операторов, достаточно сложно сформировать ряд поисковых запросов. К тому же в отличие от мониторинговых сервисов анализа больших данных (IqBuzz, Brand Analytics) практически невозможно создать последовательный словарь для уточнения выгрузки. Гиперболизировать роль Big Data в политологии не стоит, логично совмещать данный подход с другими методами [1; 4; 8]. Однако основной функционал Google Trends – это анализ текущих трендов, к тому же с привязкой к конкретному региону и городу, и в таком случае он является достаточно эффективным инструментом.

Рассмотрим возможности Google Trends на примере мусорного кризиса в Подмосковье (см. рис. 1, 2, 3).

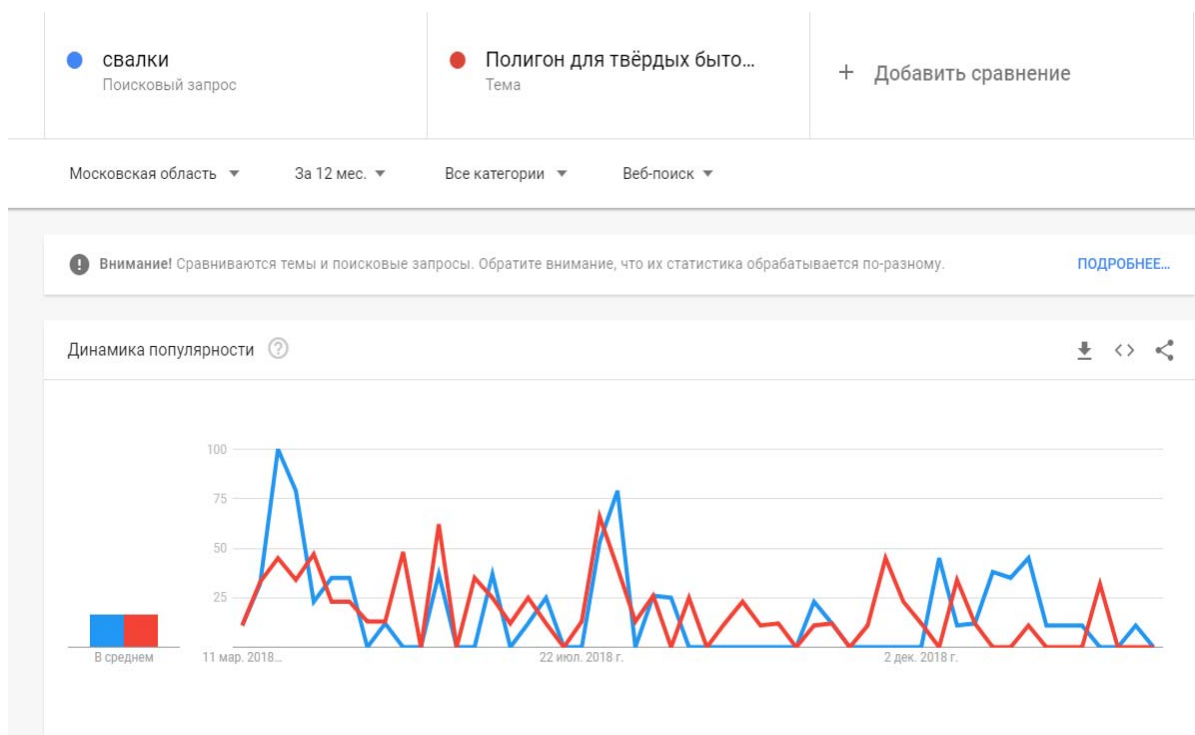


Рис. 1. Динамика поисковых запросов по теме «мусорного кризиса» в Подмосковье за 12 мес. [16]

Как мы видим, поисковые запросы достаточно точно отражают тематику «мусорной повестки» в 2018 г. (рис. 1). Видны пиковые значения в марте 2018 г. (митинги против Кучинского полигона под Люберцами и Полигона «Ядрово» под Волоколамском) и в августе 2018 г. (отчет по итогам аудита Счетной палаты по свалкам, что полигоны Подмосковья исчерпают свой ресурс за три года). Для улучшения точности добавим логической оператор " "(кавычки), для уточнения запроса по свалкам.

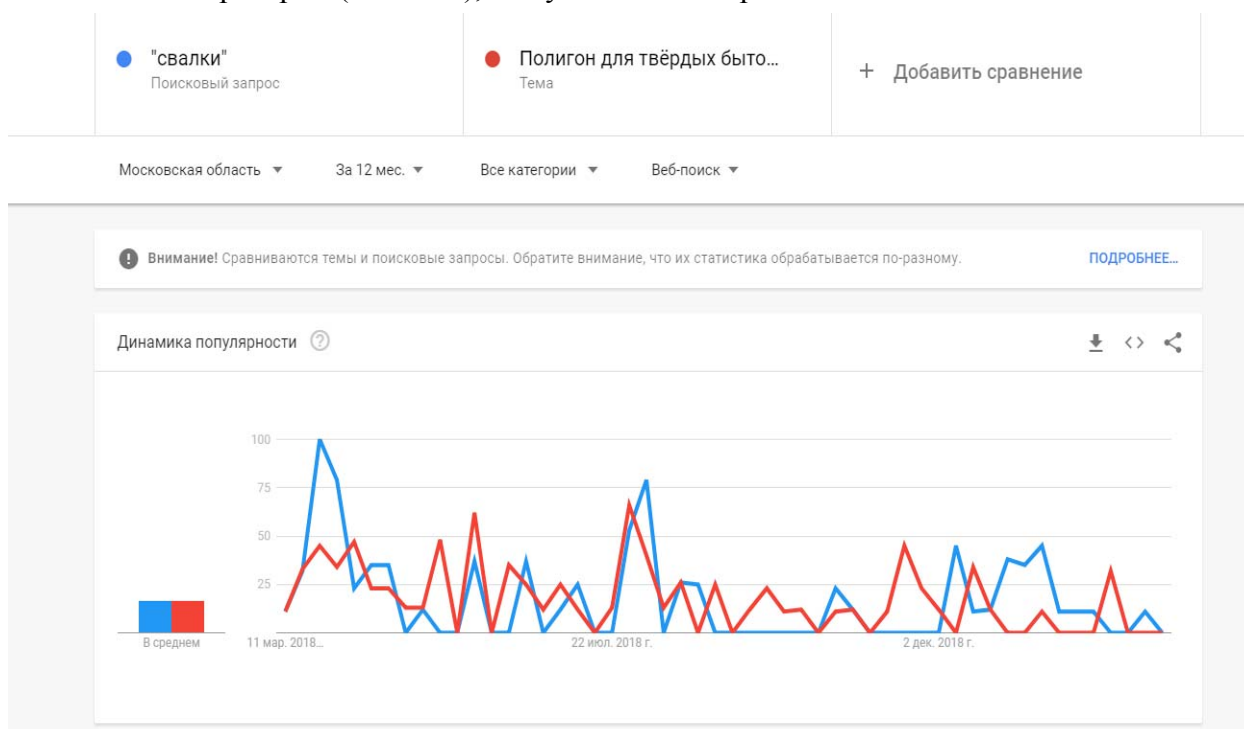


Рис. 2. Динамика поисковых запросов по теме «мусорного кризиса» в Подмосковье за 12 мес. с уточненным запросом [16]

Даже при уточнении запроса с помощью логических операторов, мы все равно наблюдаем достаточно точную картину, коррелирующую с реалиями «мусорной» повестки (рис. 2).

При этом, достаточно хорошо можно определить из графика, что в марте 2018 г. тема полигонов была на пике популярности (100 баллов), а второй пик уже в августе составил всего 48 баллов, что показывает снижение поисковой активности в теме вывоза мусора в два раза, что и происходило в реальной действительности.

Далее интересно сравнить результаты таких же запросов уже по всей территории России (рис. 3), но с другим поисковым запросом, который более отражает следующую за свалками повестку – реформу обращения с отходами.

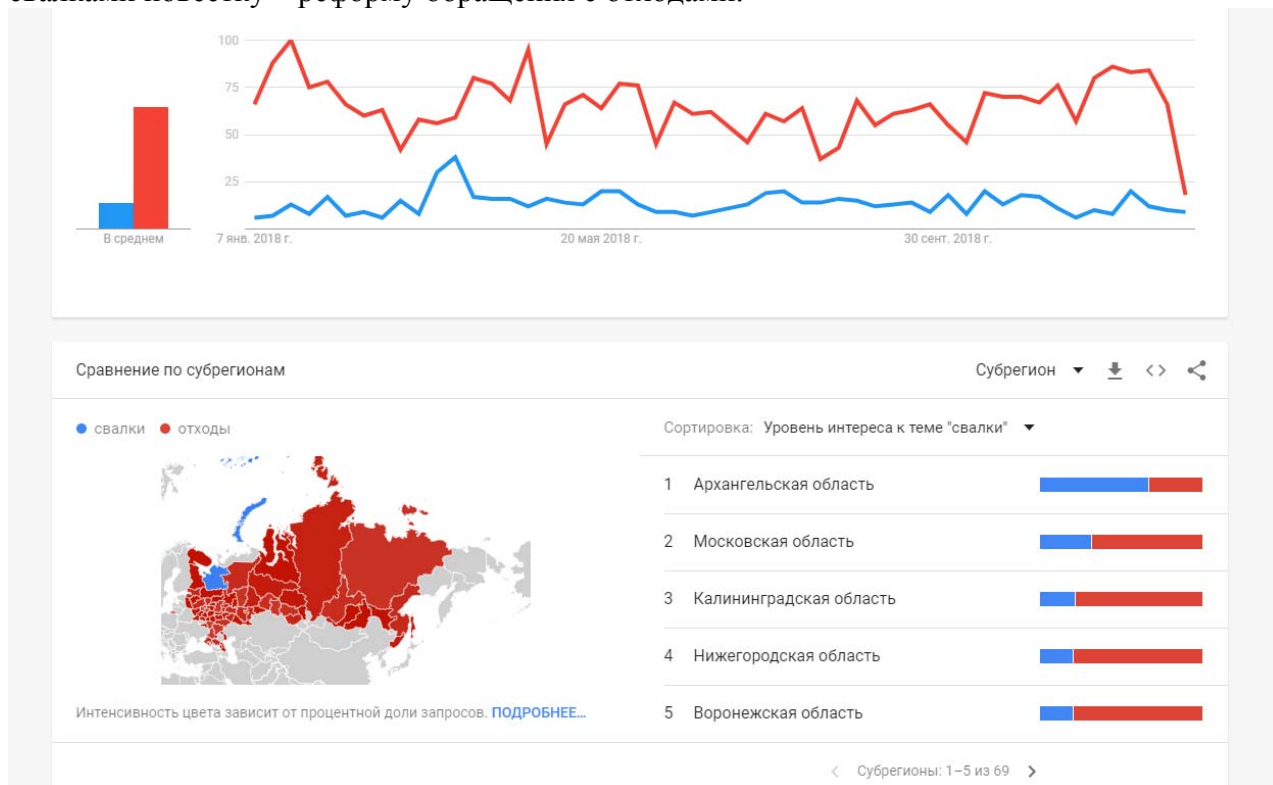


Рис. 3. Динамика поисковых запросов по теме свалок и отходов на территории РФ за 2018 г. [16]

Из графиков ясно, что повестка по свалкам еще осталась популярной в ряде регионов (в Архангельской области идут митинги против полигона около станции Шиес). При этом в большинстве регионов количество запросов по полигонам ТКО сменилась на запросы по обращению с отходами. Этот тезис также подтверждается в темах, которые сам сервис Google Trends помечает как имеющие популярность в 100 баллов. Так, за 2018 г. отмечена как сверхпопулярная тема «что такое твердые коммунальные отходы», а тема «твердые коммунальные отходы» имеет рост по запросам в 350% [16]. Это говорит о том, что проблема обращения с отходами вышла на федеральный уровень (тема нашла отражение в национальном проекте «Экология») и многие люди стали обращать на это внимание.

По итогам произведенного анализа можно сделать ряд следующих выводов:

1. Сервис Google Trends позволяет оперативно отслеживать те или иные темы в режиме онлайн, и они достаточно точно отражают нарастающие и нисходящие тренды общественно-политической жизни. Причем тот или иной запрос возможно уточнить, задав логический оператор, что не приводит к снижению анализа качества результата поисковой выдачи.
2. Результаты анализа с использованием Google Trends, совмещенные с ивент-анализом, позволяют точнее исследовать происходящие процессы. Так как данный ресурс

