

Секция «Большие данные и искусственный интеллект в государственном и корпоративном управлении»

Анализ деятельности Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации в социальных сетях

Научный руководитель – Шевцова Инесса Витальевна

Хилинский Р.С.¹, Голык М.Е.², Татарников Т.В.³

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра стратегического планирования и экономической политики, Москва, Россия, *E-mail: rus.khilinskiy@mail.ru*; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра теории и методологии государственного и муниципального управления, Москва, Россия, *E-mail: Marigo09011999@gmail.com*; 3 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра теории и методологии государственного и муниципального управления, Москва, Россия, *E-mail: tair98t@gmail.com*

Государственная Дума является федеральным органом законодательной ветви власти, нижней палатой российского парламента. Депутаты избираются всенародным голосованием. Для эффективного взаимодействия с электоратом важно наличие канала получения информации о деятельности палаты. Наибольшую актуальность в современном обществе приобретают социальные сети, что обуславливает востребованность исследований в разрезе коммуникаций с населением. Кроме того, актуальность исследования связана с потребностью привлечения электората к политическому процессу в свете грядущих парламентских выборов.

Объектом изучения является электронное взаимодействие органов власти и управления и граждан, предметным полем выбраны страницы Государственной Думы ФС РФ в социальных сетях. Целью исследования является выявление характеристик аудитории Государственной Думы в медиапространстве и выработка предложений по совершенствованию коммуникационной стратегии органа.

В начале исследования был выбран предмет анализа - социальная сеть Вконтакте, согласно данным сервиса StatCounter (крупный аналитический веб-сервис, отслеживающий посещения сайтов со всех типов устройств applewebdata://E26F3E20-1F76-4828-8C75-643B8BCB37ED#_ftn1) являющаяся самой популярной в России.

Страничка Государственной Думы (далее - ГД) была создана 27 апреля 2017 года, за время существования было опубликовано более четырех тысяч записей. Однозначной тенденции к увеличению или снижению активности в социальной сети не наблюдается, наибольшее число публикаций приходится на 2018 год. Записи публикуются ежедневно, судя по времени - утренний пост выкладывается по таймеру (отложенная публикация) в 8 или 9 часов утра. В среднем 2-3 публикации в день.

Генеральная совокупность исследования - подписчики сообщества - составила 276835 человек, выборка - 1000 человек. Согласно расчетам, доверительный интервал составил 3,1%. Таким образом, при исследовании 1000 подписчиков с вероятностью 0,95 ошибка не превышает 3,1%, результаты исследования можно считать надежными.

С помощью API VK были извлечены данные о тысяче случайных подписчиков, проведено исследование выборки 4 критериям: пол, возраст, страна и город проживания. По итогам можно представить образ среднестатистического подписчика сообщества ГД Вконтакте - житель Москвы или Санкт-Петербурга средних лет. Следует отметить наличие в выборке иностранных подписчиков - из Великобритании и США (по 3 пользователя), представители других государств единичны. Гендерный состав подписчиков примерно

одинаковый (482 - женщины, 518 - мужчины), новостями сообщества в равной степени интересуются мужчины и женщины.

Далее были проанализированы показатели вовлеченности пользователей и эффективности публикаций. Коэффициент Engagement Rate (ER)[applewebdata://E26F3E20-1F76-4828-8C75-643B8BCB37ED#_ftn2](#) позволил выявить, что наибольшая эффективность публикаций наблюдается по пятницам. Наибольшая эффективность по времени суток - в 7,11, 20 и 23 часа. За исследуемый период (4.03.2020 - 07.03.2021) пик эффективности связан с голосованием по внесению поправок в Конституцию Российской Федерации. В разрезе компонентов откликов аудитории также выделяются пиковые точки. Так, наиболее оцененные публикации датируются 23 июня, 10 июля и 7 октября 2020 года, самой «залайканной» публикацией является поздравление Президента РФ с днем рождения [applewebdata://E26F3E20-1F76-4828-8C75-643B8BCB37ED#_ftn3](#) (2247 лайка). Пиковые точки в репостах датируются 10 июля 2020 года, 26 января и 1 марта 2021 года. Интересно отметить, что публикация о принятии закона о федеральном бюджете на 2021-2023 годы оказалась одной из наименее распространяемых. Публикации, касающиеся внесения поправок в Конституцию РФ, также оказались одними из самых комментируемых (2392 комментария). Кроме того, большое количество комментариев собрали публикации от 10 июля 2020 года, в частности пост о внесении законопроекта об ограничении внесудебного порядка отбирания детей у семьи.

Структура публикации также влияет на вовлеченность аудитории. Большая эффективность у постов с коротким текстом, содержащим фотоматериалы и ссылки. Показатель ER по соотношению дней недели и объема текста демонстрирует больший интерес к коротким текстам по вторникам и воскресеньям, рост интереса к объемным публикациям с четверга по воскресенье. Следует заметить, что в сообществе ГД почти не используется такой инструмент, как хештеги (#). Встречаются две отметки - карточка ГД и *coronavirus* с относительной эффективностью публикаций 31,5% и 28,5% соответственно.

На основании проведенного анализа авторами были выявлены недочеты, или, вернее, потенциальные «зоны роста» для сообщества ГД Вконтакте. Отмечается недостаточная вовлеченность молодежи (возрастные когорты 18-24 и меньше 18 лет). Инструментами привлечения этой части электората может быть создание модельного поста, например, о нормативной основе выборов или представленных партиях, параметрами которого будут: короткий текст, добавление фотоматериалов, опубликование с 7 до 11 утра или с 20 до 23 часов вечера. На основании анализа эффективности пилотных публикаций проводится корректировка и затем тиражирование. Также предлагается разнообразить систему хештегов, в дальнейшем интегрировать метки с другими органами власти. В-третьих, можно расширить колонку «поздравительных публикаций», связав их не только с персоналиями, а также с национальными и народными праздниками, - таким образом мы увеличим вовлеченность пользователей из различных регионов. Интересным является соотношение количества подписчиков из Москвы и Санкт-Петербурга (18% и 62%) в контексте расположения нижней палаты в столице. В связи с этим видится перспективным создание исторической рубрики, в рамках которой рассказывается о здании Думы в Москве, истории функционирования и расположения законодательного органа.

[applewebdata://E26F3E20-1F76-4828-8C75-643B8BCB37ED#_ftnref1](#) StatCounter: Frequently Asked Questions - Интернет-ресурсы: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://gs.statcounter.com/faq#methodology>

[applewebdata://E26F3E20-1F76-4828-8C75-643B8BCB37ED#_ftnref2](#) Engagement Rate - коэффициент вовлеченности пользователей в публикуемый контент (посты). Иными словами, отображает процент пользователей, которые проявляли активность у публикаций.

Коэффициент позволяет оценить, насколько интересен контент вашего сообщества для ваших подписчиков. Формула для подсчета ER, где реакции - это совокупность возможных откликов от аудитории (лайки, комментарии, репосты), разделенных на общее число ваших подписчиков.

applewebdata://E26F3E20-1F76-4828-8C75-643B8BCB37ED#_ftnref3 Ссылка на пост: https://vk.com/wall-138347372_927071.

Источники и литература

- 1) StatCounter: Frequently Asked Questions - Интернет-ресурсы: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://gs.statcounter.com/faq#methodology>
- 2) Официальное сообщество Государственной Думы Вконтакте [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://vk.com/duma>
- 3) Используемые метрики – Интернет-ресурсы: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://popsters.ru/app/faq/>
- 4) Проноза А. А., Виткова Л. А., Чечулин А. А., Котенко И. В., Сахаров Д. В. Методика выявления каналов распространения информации в социальных сетях // Вестник СПбГУ. Серия 10. Прикладная математика. Информатика. Процессы управления. 2018. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-vyyavleniya-kanalov-rasprostraneniya-informatsii-v-sotsialnyh-setyah>
- 5) Киселева А. М., Шпак Е. А. Социальные сети в процессе коммуникации между властью и обществом // Вопросы управления. 2015. №6 (18). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-v-protssesse-kommunikatsii-mezhdu-vlastyu-i-obschestvom>