оригинальная статья
УДК 32.019.5

Структура репрезентации имиджа региональной власти в нарративной конструкции пользователя социальной сети (на примере аккаунтов губернатора Кемеровской области – Кузбасса С. Е. Цивилёва)

Мария Игоревна Беленкова
Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово; mariya-belenkova@bk.ru

Поступила в редакцию 19.05.2021. Принята в печать 25.06.2021.

Аннотация: Статья рассматривает восприятие имиджа руководителя региона в социальных сетях ВКонтакте, Instagram, Facebook на примере комментариев к постам в аккаунтах губернатора Кемеровской области – Кузбасса С. Е. Цивилёва. При анализе используется метод нарративной семиотики. Указывается, что специфика политического режима в регионе задает формат обеспечения обратной связи между населением и властью, причем социальные сети становятся как формой обратной связи, так и индикатором восприятия транслируемого «сверху» имиджа власти. Обращается внимание на то, что аудитория в разных социальных сетях неодинакова, она может по-разному относиться к фигуре губернатора. При этом каждая социальная сеть обладает своим функционалом, что задает формат обеспечения обратной связи в зависимости от конкретного ресурса. Как гипотеза формулируется тезис о том, что разные социальные сети могут продуцировать разное отношение к фигуре, олицетворяющей исполнительную власть в регионе. Исследование, скорее, разрушает эту гипотезу и проявляет разницу в позиционировании исполнительной власти, моделировании восприятия губернатора региона. Исходя из полученной информации о разных способах восприятия имиджа главы региона, можно выстраивать медиастратегии, позволяющие улучшать имидж главы региона в глазах населения.
Ключевые слова: политика, регион, школьное образование, образ власти, медиаполитика

Цитирование: Беленкова М. И. Структура репрезентации имиджа региональной власти в нарративной конструкции пользователя социальной сети (на примере аккаунтов губернатора Кемеровской области – Кузбасса С. Е. Цивилёва) // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 2. С. 147–157. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-147-157

Введение

В России сложился довольно своеобразный неопатримониальный режим, опирающийся на практики обеспечения легитимности, несводимые к стандартным западным ориентирам [1]. Специфика этого режима позволяет фокусировать в одних руках большой объем власти и экономических активов, однако такой способ организации имеет ряд сложностей. Прежде всего, в гибридном неопатримониальном режиме существует необходимость постоянно обосновывать разрыв между формальной и публичной институциональной практикой и работой неформальных властных институтов, например института фальсификации выборов [2].

Этот режим имеет сложности с обеспечением обратной связи со стороны населения. В парламентской демократии она обеспечивается через гласный открытый механизм выборов и плебисцитов, а в модерном обществе, властный порядок которого унаследован РФ, существовала представительская система в лице Советов и Центрального комитета КПСС. Сегодня формальные демократические институты постоянно дискредитируются, а обеспечение легитимности иными способами проблематично в осуществлении, в первую очередь в публичной и ценностной сферах [3].

Наконец, сама легитимация специфической формы властвования требует работы своеобразных публичных институтов, которые успешной властной практикой закрывают проблему спорной легитимности формальных демократических институтов [4].

Проблема легитимации власти вне традиционных идеологических и ценностных конструкций решается путем укрепления обратной связи в публичных медиа, репрезентирующих власть. Многие проблемы, чреватые конфликтом, через практики социальной коммуникации в социальных сетях могут своевременно определяться и получать правильную реакцию со стороны власти. Помимо этого, пространство социальной сети через действия субъектов воспроизводит нарратив восприятия власти, в рамках которого у субъектов властного действия можно увидеть предполагаемые «снизу» позиции, в свою очередь определяющие имидж региональной власти. Каждая социальная сеть через специфику своих функций и интерфейса рекрутирует людей разного социального портрета, устремленных к разным способам взаимодействия с властью.

© 2021. Автор(ы). Статья распространяется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0

ВЕСТНИК
Кемеровского государственного университета
полититические, социологические и экономические науки
https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-147-157

Важно отметить, что в России традиционно очень сильна исполнительная власть[1]. Концентрация власти в руках этой ветви распространяется и на регионы, вследствие чего фигура руководителя региона становится центром репрезентации власти как таковой. Через публичные медиа образ руководителя региона выстраивается как фигура «решающего проблемы», которая контрастирует с местными руководителями, чьи недочеты обнаруживаются в жалобах людей центральной властвующей фигуре [5]. Из этого складывается необходимость изучить специфику отражения образа руководителя региона в социальных медиа, его позицию в дискурсивных практиках комментаторов, субъектов обратной связи *власть – население*.

Представляется оправданным фокусироваться на специфике нарратива, который выстраивается через совокупность комментариев. Этот нарратив характеризует и специфика первичного воздействия (инфоповода), и последующая реакция на обратную связь. Для успешного осмысления проблематики построения имиджа главы региона видится важным вкратце описать теоретико-концептуальный контекст восприятия имиджа власти в социальных сетях. При этом важно опираться на философский бэкграунд, осмысляющий реальность сетей. Так, из теоретического наследия Б. Латура для нас наиболее интересна связка актанта и ризомы [6]. Представляя собой относительно изолированный феномен, актант становится силой, действующей через ризому, задающую функционал и место в мире этому актанту. Воспринимая актант как часть нарратива, мы можем представить себе властный нарратив региона как ризому, в которой функционализируются те или иные аспекты существования образа власти, открывающиеся через диалог с населением [6].

Б. Латура дополняет С. Г. Проскурин тезисом о том, что сетевое пространство центрировано через культурные ценности [7]. Это значит, что образ власти в сетевом восприятии определяется спецификой культурного бэкграунда реципиентов подачи имиджа. В этом плане важно понять, что такое образ власти как таковой. И. А. Атяшкин отмечает, что «образ власти есть амбивалентный по своей природе социальный, политический, психологический, ментальный устойчивый конструкт», который проявляется в жизни общества как спонтанно через «отражение в национальном архетипе сложившейся социально-политической культуры и сложившихся политических практик», так и целенаправленно через коммуникативные технологии [8, с. 175].

В России образ власти тяготеет к авторитарному. Ю. А. Бондаренко отмечает, что «"мягкий авторитаризм" во многом отвечает потребностям нынешнего российского общества, уставшего от анархии и беспорядка» [1, с. 46]. Это связано со спецификой становления в России нового буржуазного общества, которое под лозунгами демократии способствовало становлению авторитарного, но не обеспечивающего безопасность и достаток граждан политического режима.

А. С. Ваторопин и М. С. Семина приводят список свойств, органичных для образа регионального руководителя в РФ:

1) активное взаимодействие с авторитетной общественно-политической фигурой;
2) собственная политическая деятельность;
3) личные качества;
4) общественная деятельность;
5) активная общественно-политическая позиция по социально-значимым вопросам;
6) информационная политика [9].

Ю. А. Тарасова отмечает, что образ государственного служащего, господствующий в массовом сознании, часто намного хуже реального образа жизни государственного чиновника [5]. Поэтому самостоятельная работа региональной власти в социальных сетях, связанная с построением имиджа, в том числе через прямую коммуникацию с населением, видится важным элементом выправления специфики восприятия власти населением. М. С. Халиуллина отмечает, что «сетевой ресурс представляет собой полилог» [10, с. 611].

Работа по выстраиванию имиджа власти в социальных сетях имеет свою специфику. В ведении российскими руководителями социальных сетей прослеживаются три закономерности. Во-первых, социальные сети часто воспринимаются не как основной канал коммуникации, а как канал, дополняющий привычные способы работы. Во-вторых, нередко социальные сети используются из-за тренда на них, вследствие чего многие страницы региональных руководителей не имеют обновляемого контента. В-третьих, как правило, аккаунт руководителя в социальной сети ведется не собственно политиком, что снижает уровень доверия к нему со стороны избирателей [11].

Учитывая специфику встраивания актантов в ризому, можно рассмотреть складывающиеся дискурсы социальных сетей как нарративы с ризомной основой. Тогда получится выявить структуру нарратива и, следовательно, перемещать определенный объект (например, фигуру руководителя региона) в необходимую для выполнения целей имиджевой стратегии составляющую властного нарратива. Согласно мнению Н. В. Евстигнеевой и О. А. Оберемко, «анализ нарративов может служить диагностическим целям при выявлении идеологической "подкладки" или ее смены в как будто бы нейтральном повествовании» [12, с. 104].

Большой бонус социальных сетей в сравнении с иными каналами политической мобилизации состоит в том, что коммуникация там происходит мгновенно, а благодаря сегментированию аудитории можно относительно

[1] Рогов К. Ю. Гипотеза третьего цикла // Полит.ру. 25.02.2011. Режим доступа: http://polit.ru/article/2011/02/25/thirdcycle/ (дата обращения: 04.05.2021).

точно подбирать свою целевую аудиторию, воздействие на которую наиболее целесообразно для политика [13]. Наиболее популярно сегодня ведение социальных сетей от имени политика посредством блога. А. А. Керимов и Д. А. Попцов выделяют следующие функции политического блоггинга: политико-мобилизационную, политико-имиджевую, политико-рекламную, функцию политической социализации электората [14]. Грамотное использование блога позволит успешно осуществлять все эти функции, которые ранее концентрировались в рамках внесетевых СМИ и способов пропаганды.

А. В. Маковейчук утверждает, что «интернет-технологии можно рассматривать как значимый фактор регионального политического развития» [15, с. 14]. М. И. Рыхтик и А. В. Маковейчук отмечают рост влияния социальных медиа на реализацию информационной политики [16]. «Возникновение нового канала политической коммуникации может способствовать активизации участия граждан в обсуждении политических решений, усилению их влияния на региональную власть и увеличению возможностей политических партий и структур гражданского общества воздействовать на региональную интернет-аудиторию» [15, с. 14].

А. А. Попова выделяет семь функций социальных сетей как инструмента выстраивания политического имиджа: информационную, коммуникативную, психологическую, самопрезентационную, оценочную, воздействующую и функцию социализации [17].

Объектом исследования выступает репрезентация имиджа губернатора Кемеровской области – Кузбасса в социальных сетях, предметом – восприятие имиджа аудиторией социальных сетей. Цель – выявить основные закономерности восприятия имиджа губернатора в зависимости от социальной сети. Гипотеза: все социальные сети, в которых воспроизводится властный нарратив, производят одну его структуру со значимыми различиями, понимание которых позволяет идентифицировать позицию региона и имидж региональной власти. Исследовательский вопрос: как образ губернатора зависит от социальной сети, в которой он репрезентируется через новости и комментарии? Задачами выступили изучение реакции на пять инфоповодов, связанных с фигурой губернатора в социальных сетях ВКонтакте, Facebook, Instagram; формализация индикаторов отношения к губернатору; выявление преобладающей тематики, тональности и оценки фигуры губернатора в каждой из социальных сетей. Хронологический период проведенного исследования составил промежуток с 11 августа 2020 г. по 12 апреля 2021 г.

Методы и материалы

Анализ сложившегося из реплик комментаторов метанарратива проводится по методу нарративной семиотики. Метанарратив раскладывается на актанты (субъект, объект, адресант, адресат, помощник, противник), изотопы места и времени. Каждый эпизод ставится в семиотический квадрат, и выявляются ценности респондента. Далее создается карта ценностей и ориентаций респондента.

Нарративная структура в анализе выделяет в каждом элементе интервью шесть актантов. Характеризуем их движения: приобретение, конфронтация, подавление, познание, увеличение и модификация. Реконструируются изотопы места и времени. Первое делится на внутреннее и внешнее (например, обстановка в отряде – внутреннее, внешние влияния – внешнее). Второе представляет собой ось времени, т. е. мы отмечаем, какие эпохи раскрывает респондент (например, реформа полиции 2012 г. как период смены эпох). От них выставляется важность целеполагания респондента / информанта. Кодируем каждый сюжет в интервью пятью функциями:

A – заключение договора (предписание *vs* согласие; A – не договор);

F – борьба (противостояние *vs* победа);

C – коммуникация (передача и получение);

P – присутствие;

D – быстрое перемещение [18].

В маркерах выявляются знаки, через которые воспроизводится портрет губернатора. Для каждого выявленного знака дается описание обозначаемого объекта и собственно интерпретанта. Знаки выстраиваются в цепочки либо парную оппозицию (когда речь идет о противопоставлении). Значения выявляются из связи между знаками через картирование. Далее выявляется, как выражены в рассказе отношения зависимости и власти. На этапе категоризации участия фиксируются категории объектов, совокупности объектов разных категорий. При этом оценивается, является ли та или иная совокупность системой. Описывается деятельность и функционал каждого члена такой системы.

Результаты

Мы изучили примерно 400 комментариев, из которых выделили только те, в которых ясно проявляются черты властного нарратива. Через них реконструируются отношения власти в восприятии людей и характер включения образа губернатора в представления людей о власти. Включая комментарии в универсальную конструкцию нарратива, мы установили, какая роль в конструкции власти отводится губернатору и как статус губернатора в рамках нарратива, реконструированного из каждой изученной социальной сети, влияет на характер властных отношений в представлении пользователей той или иной социальной сети. Эти комментарии приведены в приложении.

Основные темы касаются инфоповодов, связанных с «наведением порядка» в Кузбассе. Меняется содержание сюжетов, но не их структура: в каждой новости центральной фигурой выступает губернатор, успешно закрывший задачу / проблему. Основной силой, действующей в каждом сюжете, выступает губернатор. Тематическим сегментом выступает не тема новости, а социальная сеть, в которой ведется коммуникация.

ВЕСТНИК
Кемеровского государственного университета
полититические, социологические и экономические науки
https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-147-157

Нами были составлены карты имиджа губернатора в зависимости от социальной сети, в которой он репрезентируется (рис. 1–4[2]). Карты построены по схеме нарратива, приведенной в работе С. Тичера и др. [18]. Опишем содержание вышеприведенных карт. Важно проследить, как меняется содержание актантов в зависимости от социальной сети. Это поможет понять сущность представления о власти как у аудитории каждой из рассмотренных социальных сетей, так и у аудитории социальных медиа Кузбасса в целом.

ВКонтакте. Субъект пассивен, даже когда речь идет о губернаторе, пишут «он должен», а не «он делает». Объект пассивен за исключением Vk5, где Жители угрожают превращением из объекта в субъект протеста. Улицы города также активны как нечто страдающее, приносящее проблемы. Активность объекта выступает как бы следствием пассивности субъекта.

Адресант активен уже фактом обращения / комментирования. Губернатор в качестве адресата пассивен, но важно понимать, что цель почти любого комментария –

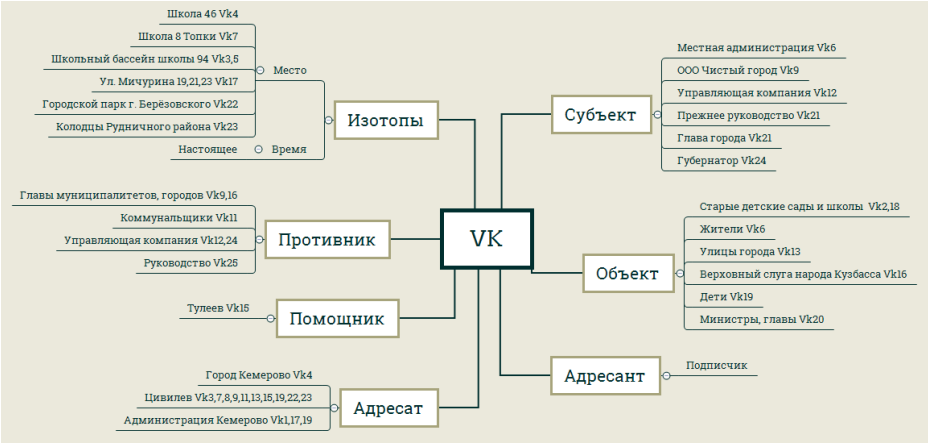

Рис. 1. Карта имиджа губернатора Кузбасса С. Е. Цивилёва в сети ВКонтакте
Fig. 1. Image map of the governor of Kuzbass S. E. Tsivilev on VKontakte

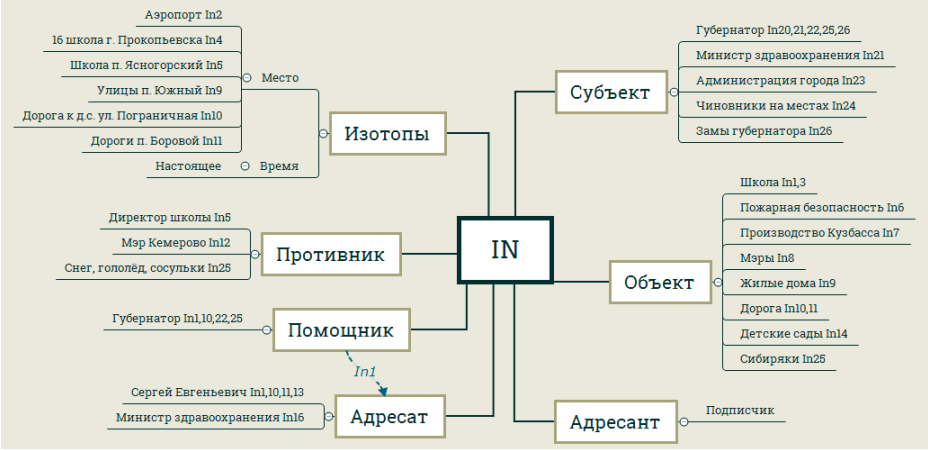

Рис. 2. Карта имиджа губернатора Кузбасса С. Е. Цивилёва в сети Instagram
Fig. 2. Image map of the governor of Kuzbass S. E. Tsivilev on Instagram

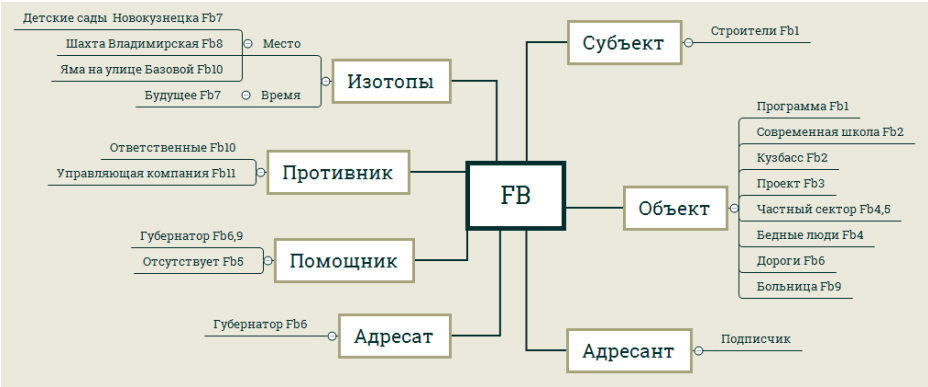

Рис. 3. Карта имиджа губернатора Кузбасса С. Е. Цивилёва в сети Facebook
Fig. 3. Image map of the governor of Kuzbass S. E. Tsivilev on Facebook

[2] В рисунках используются сокращения названий социальных сетей: ВКонтакте (Vk), Instagram (In), Facebook (Fb). Цифровое обозначение указывает на порядковый номер комментария, приведенного в приложении к статье.

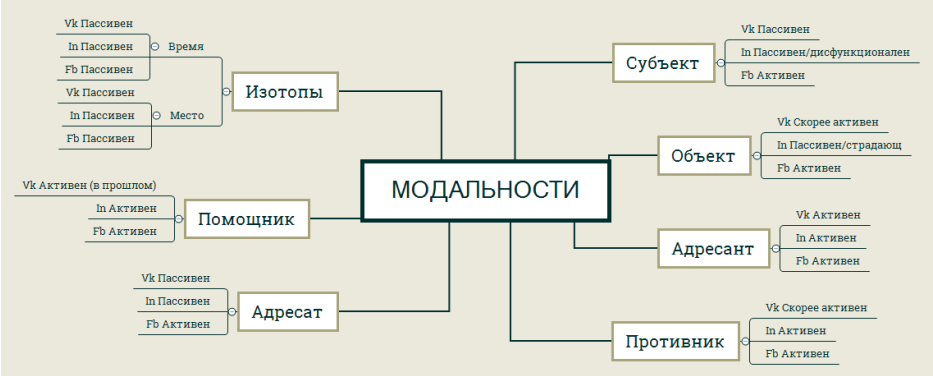

Рис. 4. Модальность актантов
Fig. 4. Modality of actants

побудить к действию, восстановить должный уровень работы любого адресата. Потому в этом актанте любой элемент будет пассивным. Важно отметить, что изучаемая страница выступает одним из центров обратной связи: страницы администрации города, области, иных локаций постоянно отвечают комментаторам, сообщают о проведенной работе либо поданных сигналах.

Помощник А. Г. Тулеев выступает активным актантом, но в прошлом. Характерно, что кроме него помощников не формулируется. Противниками выступают те участники жизни региона, которые заслужили отповеди и отрицательных оценок их деятельности либо бездействия. Главы городов описываются как «недолжные существовать в своем качестве», проявляются призывы к их смене. Коммунальщики как актант имеют активную модальность – они «бунтуют». Управляющая компания выступает активным актантом, она «собирает деньги» и «вредительствует». Руководство скорее пассивно.

Instagram. Субъект в лице губернатора выступает пассивным и дисфункциональным в комментарии 20. Его функционалом является при этом «тыкать носом» нижестоящих чиновников[3]. В 22 он все же активен, причем в 25 и 26 комментаторы стремятся ограничить эту субъектность посылом, сочетающимся с «натыкать лицом».

Министр здравоохранения в качестве субъекта тоже дисфункционален, его запускает в работу губернатор через прямое указание на недостатки в работе[4]. В целом субъект пассивен / дисфункционален, губернатор в качестве субъекта видится «настраивающим систему». Объекты выступают «страдающими» от локаций до сибиряков, но исключая мэров: они воспринимаются как объекты правильного руководства, которые должны подвергаться «правильному воздействию».

Адресант активен по умолчанию. Адресат пассивен в каждом случае. Помощник в качестве губернатора, скорее, активен. Противник активен в ипостаси директора. Изотопы пассивны.

Facebook. Субъект активен, объект, скорее, активен. Адресант и адресат активны. Помощник активен, противник активен в получении денег (зарплата, плата за коммунальные услуги). Изотопы пассивны[5].

Движения актантов характеризуются конфронтацией, приобретением и модификацией[6]. Во ВКонтакте губернатор чаще выступает адресатом, в Instagram – субъектом, в Facebook он прописан адресатом. Адресатом для автора комментария является исполнительная власть, которую венчает губернатор. Если выстраивать оппозицию, то в ней адресат как власть, «решающий» будет противостоять проблеме – противнику[7]. Построим семиотические квадраты этой оппозиции по социальным сетям (табл.).

При том, что люди обращаются к губернатору, основным субъектом действия в их речевых практиках выступают структурные подразделения региональной власти. Во всех рассмотренных социальных сетях оппозицией, противниками для граждан оказываются руководители местного уровня, в том числе ответственные за социальную инфраструктуру той или ной локации. При этом Instagram (рис. 2) отличается от иных социальных сетей тем, что там намного чаще глава исполнительной власти региона обозначается как «Сергей Евгеньевич», т. е. люди чаще обращаются к губернатору как к личности.

[3] С. Е. Цивилёв оценил новый детский сад на Притомском проспекте в Кемерове // Instagram. 19.03.2021. Режим доступа: https://www.instagram.com/p/CMmB9eInrdN/ (дата обращения: 04.05.2021).

[4] Ремонт школы в Анжеро-Судженске // Instagram. 26.03.2021. Режим доступа: https://www.instagram.com/p/CM3-QM8HRPv/ (дата обращения: 04.05.2021).

[5] С. Е. Цивилёв поручил главам муниципалитетов лично проверить качество очистки снега // Facebook. 24.03.2021. Режим доступа: https://www.facebook.com/tsivilev42/posts/736300430402764 (дата обращения: 04.05.2021).

[6] С. Е. Цивилёв дал поручения минздраву после визита в кузбасскую поликлинику // Facebook. 16.03.2021. Режим доступа: https://www.facebook.com/tsivilev42/posts/732054870827320 (дата обращения: 04.05.2021).

[7] С. Е. Цивилёв: «В Новокузнецке нашли 10 открытых колодцев, в Кемерове – 17» // Facebook. 15.03.2021. Режим доступа: https://www.facebook.com/tsivilev42/posts/731553097544164 (дата обращения: 04.05.2021).

ВЕСТНИК
Кемеровского государственного университета
полититические, социологические и экономические науки
https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-147-157

Табл. Семиотические квадраты репрезентации губернатора в социальных сетях
Tab. Semiotic squares of the governor's representation in social nets

ВКонтакте	
Цивилёв, г. Кемерово, администрация г. Кемерово	коммунальщики, управляющие компании (УК), руководство города
не коммунальщики, руководство	не Цивилёв, администрация
Instagram	
Сергей Евгеньевич, министр здравоохранения	руководители (мэр, директор), природа (сосульки и пр.)
не руководство, природа	не Сергей Евгеньевич, министр здравоохранения
Facebook	
губернатор	ответственные, УК
не ответственные, УК	не губернатор

В Instagram можно увидеть единичный случай, когда противником выступают природные условия.

Комплементарной в отношении губернатора силой во всех социальных сетях выступает совокупность людей, не относящихся к социальным субъектам, ответственным за решение проблем: прежде всего, «не руководство».

С. Е. Цивилёв как персона, олицетворяющая власть, выступает активным актантом только в Facebook (рис. 3). В иных социальных сетях он является пассивным субъектом, однако его пассивность – это неизбежная позиция для того, кто обращается: он стремится подвигнуть главного субъекта к действию, для обоснования этой интенции адресат прописывается пассивным. Возможно, это тоже часть аргументации, призванной подтолкнуть власть к действию. В этом плане характерно, что помощник всегда активен. Вероятно, фигура помощника актуализируется как контрастная по отношению к адресату / субъекту. Противник же во всех изученных социальных сетях выступает активным, активно вредящим. Нередко противником оказывается местная власть либо управленцы, ответственные за социальную инфраструктуру в локации.

Примечательно, что объект воздействия региональной власти часто оказывается активным, активно воздействующим либо способным воздействовать на предмет сложившегося дискурсивного поля. Общая картина имиджа региональной власти в социальных сетях выглядит довольно цельной: отличия восприятия в зависимости от социальных сетей носят локальный характер. Так, аудитория Instagram видит региональную власть более персонализированной, аудитория Facebook считает губернатора более активной фигурой, а вот для аудитории Вконтакте губернатор выглядит максимально деперсонализированным субъектом. Исходя из этого, можно выстраивать разные стратегии работы с имиджем губернатора в социальных сетях. Однако все они должны иметь базовый подход, который опирается на знание общей картины восприятия фигуры губернатора в социальных сетях.

Заключение

Властный нарратив, воспроизводящийся в изученных нами социальных сетях, носит в целом один и тот же характер. В его рамках губернатор выступает высоко стоящим медиатором, которому противостоят нерадивые местные руководители. Как правило, губернатору отводится ясная функциональность: он должен «бить по голове» нижестоящих начальников, заставляя их работать, постоянно ездить по региону, обеспечивать равномерность его развития. Губернатор не должен заниматься массой локальных вещей: ими должны заниматься начальники, получившие своевременные указания.

Разница между социальными сетями есть, хотя и непринципиальная. В социальной сети ВКонтакте люди чаще пишут, обращаясь с проблемами. Там же они чаще выражают недовольство, обещая беспорядки либо поминая контрастно, добрым словом, прежнего губернатора области (рис. 1). Губернатор предстает там как лицо отстраненное, некоторое «пустое означающее», фигура, не очень сильно зависимая от личности, входящей в нее в конкретный момент.

Наоборот, в Instagram глава региона воспринимается более личностно: его часто называют по имени и отчеству. Формулировки проблем и жалоб носят более корректный и менее агрессивный характер. Роль губернатора здесь выглядит более пассивной: руководитель исполнительной власти региона предполагается человеком, настраивающим систему, а не занятым массой локальных дел (рис. 2). Интенсивность обратной связи в этих двух социальных сетях в целом одинакова.

В Facebook же люди на порядок менее активны: они пишут примерно в три раза реже, чем в иных рассмотренных социальных сетях. При этом основные субъекты складывающегося властного нарратива в этой социальной сети предстают более активными, чем в иных сетях. Здесь губернатор вызывает наиболее позитивное отношение со стороны людей (рис. 3).

Губернатор как адресат выглядит пассивным в социальных сетях ВКонтакте и Instagram (рис. 4).

Публичная страница губернатора выступает прямым инструментом решения проблем: на комментарии возмущенных жителей реагируют публичные страницы соответствующих местных администраций, объясняя, что уже сделано для решения проблемы и что будет сделано. Помимо инструментализации медиа как формы убыстренной обратной связи между властью и населением, такой подход к коммуникации выступает инструментом легитимации власти: защищая свое право быть авторитарной, власть показывает готовность чутко реагировать на запросы людей. При этом запросам людей через сами

информационные поводы отводится ясно определенное место: это благоустройство локаций. Остальные вопросы, в том числе ценностные, уводятся за рамки публичного властного дискурса, что может привести к складыванию в региональном обществе устремлений и картин мира, на которые власть не сможет воздействовать привычными медиасредствами.

Приложение[8]

ВКонтакте

1. Пускай Администрация города Кемерово выделяет деньги! А то только и могут в инстаграмм, да в вк сториз публиковать о ремонтах школ, а по факту выполняют свои обязанности, которые на деле "капля в море"!
2. Старые садики и школы за счёт бюджета ремонтировали бы.. Хотя, о чём это Я.. Есть же родители и обязательно – добровольные взносы..
3. Пожалуйста 🙏🙏🙏, сделайте бассейн в нашей школе!!!!
4. Кемеровская область Новокузнецкий район село Сосновка
5. Город Кемерово, здравствуйте! А школу 46 когда сделаете как все красивые?
6. Город Кемерово, и школа №94 бассейн. Переписка уже много лет.
7. Во, школы ремонтируют, строят – это хорошо. А вот у нас, в п. Рассвет, Новокузнецкого района, местная администрация в очередной раз решила отремонтировать дом культуры!!!! <…> Или жителям нужно обязательно устраивать волнения, чтобы нас услышали?
8. Ой как мило… Вопрос вот в том, что допустим у нас в Топках школа N°8, как показала практика абсолютно не готова была к дистанционному обучению. Нет компьютеров, нет нормального интернета. Вы хотя бы то, что есть до нормальных кондиций доведите.
9. Добрый день Сергей Евгеньевич. Пишу Вас обратить внимание на работу Регионального оператора ООО Чистый город. Я проживаю по адресу пос. Новосикитимск, ул. Майская, 19-1. 27.03.2021г с-но графику должны вывезти мусорный бочок, … оплату за этот месяц я тоже могу не вносить? – так как услуга мне не предоставлена на что мне ответили нет вы должны оплатить к вам ведь машина с водителем приехала. Ну она ведь была возле моего дома буквально в 10 метрах но мусор так и не забрала.
10. Сергей Евгеньевич, не мне конечно вам советы давать, но, таких глав, считаю, быть не должно как и любых подобных управляющих.
11. Александр, соглана в Кемерово ситуация дальше некуда, чистится только проезжая часть дороги. <…> пройти тоже проблема по такой дороге.
12. Почитайте уже наконец-то, ну. А то складывается ощущение, что у коммунальщиков бунт, пока сам снег не растает, никто ничего делать не собирается.
13. Почему уборка снега во дворах начинается только во время таяния снега? <…> Иначе не назовёшь, как вредительство.
14. Читать смешно! У нас губернатор из дома не выходит и на улицах не бывает? Как будто до таяния снега не было видно что не убирают!
15. При Тулееве снег убирали! А если нет то глав снимпди!
16. Вопрос… а сам губернатор читает эти смс… не одного ответа не нашла ни где(((((
17. Что будет с теми, кто не выполнит ваше поручение? <…> Жду от вас, верховного слуги народа Кузбасса отчета о проведенной работе с главами городов на тему очистки улиц от снега
18. С понедельника делаем заявки на "почистить проезжую часть" в центре города, ул. Мичурина, дома 19, 21, 23… Классический лицей. Фото сделаны сегодня, в пятницу(((…
19. Когда старые садики будут ремонтировать за счёт бюджета, а не с кошелька родителей?!
20. Администрация-Города, спасибо, о проделанных работах и так понятно… Уважаемый Сергей Цивилев обратите внимание к проблеме, пожалуйста. Дети – наше будущее, будущее области!
21. А разве в обязанности министров, глав и т. д. не входило все эти 40 лет следить за состоянием объектов, ремонтировать их и обеспечивать достойный уровень медицины?… Начните уже принимать кадровые решения!
22. Поликлиника, конечно, ужас. Тут не лечиться, тут заболевать только возможно. Куда смотрело прежнее руководство? Да и к нынешнему главе можно задать вопросы. Может, хоть сейчас откапиталят
23. Дай бог здоровья вам Сергей Евгеньевич!!!! В Берёзовском вообще хаус 90х за порядком толком ни кто не следит!!!… Было бы здорова улучшить, преобразить сам город!!!! Который является городом шахтёров!!!! Если это возможно большая просьба провести день шахтёра в городе
24. Уважаемый губернатор Сергей Евгеньевич два года назад по моим обращениям в Администрацию города Кемерово было закрыто 26 глубоких открытых колодцев, как правило в частном секторе Руднического района, которые я случайно обнаруживал. <…> Но тогда по вашей команде Сергей Евгеньевич закрывали открытые колодцы не за три дня как просили, а за три часа. Но один человек в поле не воин.

[8] Сохранены орфография и пунктуация авторов.

ВЕСТНИК
Кемеровского государственного университета
полититические, социологические и экономические науки
https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-147-157

25. Так у нас всегда: и об открытых колодца, и о сосульках должен думать губернатор. А УК только деньги собирать.
26. Андрей, на каждый колодец свой телефон – с них станется… Эффективнее было бы, конечно, гнать взашей руководство, по вине которого произошло то или иное ЧП, но когда такое было…

Instagram

1. 👍👍👍 Очень здорово, что в нашем городе появится такая замечательная школа!!!! <…> Успехов Вам!!!!
2. Добрый вечер! Расскажите пожалуйста о строительстве или ремонте(?) аэропорта. Очень хочется узнать, сможем ли мы летать прямыми рейсами из нашего города, а не ехать в Новосибирск?
3. Каждую неделю по новой школе. Это лучше, чем по три церкви в день.
4. Посмотрели бы на 16 школу г. Прокопьевск, фасад здания белили наверное пол века назад. Ещё 10 назад была 11летка, а сейчас девяти, район большой деток много. Посмотришь на родную школу, бомжатник.
5. Здравствуйте, а в посёлке Ясногорском Кемеровского района обещали начать полную реконструкцию тоже, а теперь директор сказал что нет будут делать несколько кабинетов и все. Почему?
6. Пожарную безопасность с секундомером проверять будете?
7. Инженерно-техническое направление – это то, что нужно Кузбассу. Пора поднимать производство.
8. Мэрами должны становиться супер ответственный люди. их бы еще на полиграфе проверять перед вступлением в должность, чтобы точно человек был с кристально чистой репутацией и высокой планкой ответственности.
9. Доброго дня Вам. Если дворник убирает закреплённый участок жилого дома (у подъездов) надеюсь по ПРАВИЛАМ, НОРМАМ… и т. д., почему же тогда у частных предпринимателей ЭТИ ОПЕРАЦИИ не выпоняются… КУЛЬТУРЫ ПРОИЗВОДСТВА НИ СТАЛО!!!
10. Уважаемый Сергей Евгеньевич. На улице Пограничной находится детский сад но дорога к нему в ужастном состояние, родители ломая ноги и машины с трудом добираются до ворот детсада, обратите пожалуйста на это внимание. <…> Прошу Вас помогите нам и нашим детям.
11. Здравствуйте, Сергей Евгеньевич! Хочу к Вам лично обратиться… Меня зовут Марина, проживаю в п. Боровой ул Загорская 7 кв 3. <…> Я просто возмущена, потому что не кто не чего не делает!!!!!!! За то великие зарплаты получают… Не понятно за какую работу.
12. Хочу сказать, что мэр Кемерово даже не читает сообщения. Моя жалоба на чистку снега висит не прочитанной с января месяца. Вот так и живем, с лопатой в руках после работы.
13. Да не убирайте ничего, все равно 85 % проголосует как вам надо.
14. Очень здорово, что открываются новые детские сады, город растет, так и должно быть! Но старые детские сады действительно в плачевном состоянии, на них администрация совсем не выделяет денег, поэтому получается, что какие-то дети ходят в современные благоустроенные сады, а другие в старые, совершенно убитые😪.
15. Поездки в районы – эт правильно. Надо смотреть, чем люди живут.
16. Ваш министр вообще стационары посещает? Смотрит в каких условиях находятся пациенты? Что вы мне отписки высылаете? Туалет когда будет отремонтирован, чтобы в него вообще зайти можно было? Человек вернулся из стационара в разодранной одежде, т. к. штырь из кровати торчал. И тараканы там есть. Вы из кабинета почаще выходите и на благо народа работайте
17. Показуха…
18. Полностью с вами согласна.
19. Показуха – это когда сделают на пять копеек, а разговоров на сто рублей. а здесь только дела и дела.
20. Согласна она) только вам наивным не понять одно, не решает он ничего когда действительно обращаются. А здесь настоящий распил денег.
21. Мне вот не понятно, а министр здравоохранения Кузбасса работает только когда его натыкает носом губернатор? А в районах люди, которые должны заниматься такими вопросами, чем занимаются? Просто получают зарплату…
22. Уважаю Губернатора за то, что не сидит в своем уютном кабинете, а мотается по всей области, во все вникает!
23. Почему администрация города не занимается благоустройством поселка??? <…> ПРИВЕДИТЕ ХОТЬ ОДИН ПРИМЕР, ЧТО ВЫ СДЕЛАЛИ НА ПОСЕЛКЕ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 5 ЛЕТ???
24. К сожалению, пока не пнешь чиновников на местах, спустя рукава будут работать и будут дети падать в колодцы(((
25. У сибиряков три напасти сейчас: снег, гололед и сосульки. Губернатору конечно больше нечем заниматься, только этим.
26. А губернатору не нужно этим заниматься у него есть замы а он должен с них спрашивать а если не справился рублём наказать.

Facebook

1. Программа выполняется, это самое главное. Строители молодцы, строят быстро. Надеемся, что качественно.
2. Современная цифровая школа это новое качество образования. Кузбасс должен стать Первым во всем.
3. Проект интересен. Посмотрим, как будет в реалии.

4. Частный сектор строился в 40–50-е годы. Всё давно обветшало. Ясно, строения подгнили, вот и рушатся. Бедным людям оттуда никогда не выбраться. Помогите им.
5. Дома в частном секторе старые, остались одни старики. Помочь некому. Век доживают. Неудивительно, что обрушиваются.
6. Точно, дороги никто никогда не чистят. так было во веки веков. Так и сейчас. Хорошо, что помогаете.
7. Когда же садики в Новокузнецке, наконец, начнут открываться?!. Все Кемерово, да Кемерово… Безобразие!
8. Почему на шахте Владимирской не хотите построить детский сад?! На весь посёлок он один, детей возят в Кедровку.
9. Вот и правильно, что лично убедились в каком состоянии находится больница. Будем ждать реального результата.
10. Начните уже наказывать, штрафовать ответственных. < … > Яму в г. Кемерово между домами по ул. Базовой № 4 и № 6 ещё с октября месяца не заделали. Сейчас весна и туда кто-то провалится … !
11. УК сегодня это просто ужас. Крыши текут, колодцы открыты, подъезды не ремонтируются, зато квартплату вносим регулярно.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Литература

1. Бондаренко Ю. А. Авторитарные тенденции в российской демократии как историческая традиция // Вестник КГПУ им. В. П. Астафьева. 2009. № 2. С. 44–47.
2. Мельвиль А. Ю., Стукал Д. К., Миронюк М. Г. «Царь горы», или почему в посткоммунистических автократиях плохие институты // Полис. Политические исследования. 2013. № 2. С. 125–142.
3. Меркель В., Круассан А. Формальные и неформальные институты в дефектных демократиях (I) // Полис. Политические исследования. 2002. № 1. С. 6–17.
4. Голосов Г. В. Электоральный авторитаризм в России // Pro et Contra. 2008. Т. 12. № 1. С. 22–35.
5. Тарасова Ю. А. Технологии связей с общественностью в формировании имиджа государственной службы // Управленческое консультирование. 2015. № 5. С. 29–37.
6. Федорова С. А. Актанто-ризомная онтология Б. Латура // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2017. № 37. С. 89–103. DOI: 10.17223/1998863X/37/25
7. Проскурин С. Г. Типология сетевых структур в языке и культуре // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2010. Т. 8. № 2. С. 58–64.
8. Атяшкин И. А. PR как механизм формирования общественного мнения о деятельности органов государственной власти // Наука. Общество. Государство. 2017. Т. 5. № 4. С. 172–178.
9. Ваторопин А. С., Семина М. С. Управление формированием имиджа губернатора как лидера общественного мнения // Вопросы управления. 2016. № 1. С. 24–27.
10. Халиуллина М. С. Блог как средство коммуникации региональных политических деятелей с электоратом // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 4. С. 603–614. DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(4).603-614
11. Фатыхова Д. Р. Роль социальных медиа в формировании имиджа политика // Вестник экономики, права и социологии. 2014. № 4. С. 263–265.
12. Евстигнеева Н. В., Оберемко О. А. Модели анализа нарратива // Человек. Сообщество. Управление. 2007. № 4. С. 95–107.
13. Ефимова И. Н., Маковейчук А. В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности // Известия АлтГУ. 2012. № 4-1. С. 245–248.
14. Керимов А. А., Попцов Д. А. Имидж политического лидера в эпоху цифровых медиа-технологий: особенности формирования // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2020. Т. 20. № 3. С. 366–370. DOI: 10.18500/1818-9601-2020-20-3-366-370
15. Маковейчук А. В. Перспективы цифровизации политической сферы на региональном уровне в современной России // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2018. Т. 8. № 4. С. 10–15. DOI: 10.26794/2226-7867-2018-8-4-10-15
16. Рыхтик М. И., Маковейчук А. В. Роль социальных медиа в реализации имиджевых стратегий политических деятелей в контексте формирования информационного общества на региональном уровне // Вопросы управления. 2015. № 6. С. 76–82.
17. Попова А. А. Социальные сети как инструмент формирования политического имиджа // PRO NUNC. Современные политические процессы. 2018. № 2. С. 82–87.
18. Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е. Методы анализа текста и дискурса / пер. и науч. ред. А. А. Киселевой. Харьков: Гуманитарный Центр, 2016. 356 с.

BULLETIN
Kemerovo State University
Political, Sociological, Economic

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-147-157

original article

Image Representation Structure of the Regional Government in Social Net Narrative based on the Accounts of S. E. Tsivilev, Governor of Kemerovo Region

Mariya I. Belenkova
Kemerovo State University, Russia, Kemerovo; mariya-belenkova@bk.ru

Received 19 May 2021. Accepted 25 Jun 2021.

Abstract: The present research featured the way social net users perceive the image of the head of a region. The study involved comments to posts made by the governor of Kuzbass S. E. Tsivilev in VKontakte, Instagram, and Facebook. The analysis employed the method of narrative semiotics. The feedback between the population and the government appeared to depend on the specifics of the political regime in the region. Social nets became both a form of feedback and an indicator of the perception of the imposed image. Different social networks have different audiences, hence the different perception of the governor. Moreover, each social net has its own functionality, which sets the format of feedback. The initial hypothesis was that different social networks produce different attitudes towards the main figure of local executive power. The research results contradicted with this hypothesis and revealed a difference in the positioning of the executive branch and modeling of the governor's image perception. Based on the data about different perception models, the local authorities can build new media strategies in order to improve the image of the governor in the eyes of the population.
Keywords: politics, region, school-transformation, image of power, media policy

Citation: Belenkova M. I. Image Representation Structure of the Regional Government in Social Net Narrative based on the Accounts of S. E. Tsivilev, Governor of Kemerovo Region. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(2): 147–157. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-2-147-157

Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

References

1. Bondarenko Yu. A. Authoritarian tendencies in Russian democracy as a historical tradition. *Vestnik KGPU im. V. P. Astafeva*, 2009, (2): 44–47. (In Russ.)
2. Melville A. Yu., Stukal D. K., Mironyuk M. G. "King of the hill", or Why the institutions of post-communist autocracies are bad. *Polis. Political Studies*, 2013, (2): 125–142. (In Russ.)
3. Merkel V., Croissant A. Formal and informal institutions in defective democracies. *Polis. Political Studies,* 2002, (1): 6–17. (In Russ.)
4. Golosov G. V. Electoral authoritarianism in Russia. *Pro et Contra*, 2008, 12(1): 22–35. (In Russ.)
5. Tarasova Yu. A. Technologies of public relations in formation of image of public service. *Administrative consulting*, 2015, (5): 29–37. (In Russ.)
6. Fedorova S. A. Actant-rhizome ontology of B. Latour. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya,* 2017, (37): 249–261. (In Russ.) DOI: 10.17223/1998863X/37/25
7. Proskurin S. G. The typology of network structures in language and culture. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2010, 8(2): 58–64. (In Russ.)
8. Atyashkin I. A. PR as the mechanism for the formation of public opinion about activity of bodies of state power. *Elektronnyi nauchnyi zhurnal "Nauka. Obshchestvo. Gosudarstvo"*, 2017, 5(4): 172–178. (In Russ.)
9. Vatoropin A. S., Semina M. S. Monitoring the governor's image development as a leader of public opinion. *Voprosy upravleniia*, 2016, (1): 24–27. (In Russ.)
10. Khaliullina M. S. The blog as a means of communication of regional politicians with the electorate. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 2017, 6(4): 603–614. (In Russ.) DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(4).603-614
11. Fatykhova D. R. The role of social media in shaping of an image of a politician. *Vestnik ekonomiki, prava i sotsiologii*, 2014, (4): 263–265. (In Russ.)
12. Evstigneeva N. V., Oberemko O. A. Narrative analysis models. *Chelovek. Soobshhestvo. Upravlenie*, 2007, (4): 95–107. (In Russ.)

 © 2021. The Author(s). This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License

13. Efimova I. N., Makoveychuk A. V. Social networks as a new mechanism for forming the image of the subjects of political activity. *Izvestiia AltGU*, 2012, (4-1): 245–248. (In Russ.)
14. Kerimov A. A., Poptsov D. A. Image of a political leader in the era of digital media technologies: features of formation. *Izvestiia Saratovskogo universiteta. Novaia seriia. Seriia: Sotsiologiia. Politologiia*, 2020, 20(3): 366–370. (In Russ.) DOI: 10.18500/1818-9601-2020-20-3-366-370
15. Makoveychuk A. V. The prospects for digitalization the political sphere at the regional level in contemporary Russia. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finasovogo Universiteta*, 2018, 8(4): 10–15. (In Russ.) DOI: 10.26794/2226-7867-2018-8-4-10-15
16. Rykhtik M. I., Makoveychuk A. V. The role of social media in implementation of image strategies of the politicians in the context of information society development at regional level. *Voprosy upravleniia*, 2015, (6): 76–82. (In Russ.)
17. Popova A. A. Social networks as a tool of political image formation. *PRO NUNC. Sovremennye politicheskie protsessy,* 2018, (2): 82–87. (In Russ.)
18. Titscher S., Meyer M., Vodak R., Vetter E. *Methods of text and discourse analysis*, tr. and ed. Kiseleva A. A. Kharkiv: Gumanitarnyi Tsentr, 2016, 356. (In Russ.)