



Analysis of Public Discussions in Social Media as a Method for Studying Social Issues

Darja I. Judina¹ & Angelina V. Riazantseva²

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

Received: 1 October 2023 | Revised: 27 December 2023 | Accepted: 4 January 2024

Abstract

The study of social problems using the analysis of the public sphere gained scientific legitimacy with the constructivist approach during the era when television was the predominant medium. The advent of social media has transformed the public space, altering the way in which discussions concerning social issues are organized. This article examines the advantages and limitations of constructivism in studying social problems and the elements constituting public discussions on social media. We searched whether analyzing public discourse could reveal the persistence of social issues. To exemplify the use of this method for studying discussions on social media, we analyzed how network users discussed the issue of personnel shortages, from November 2022 to February 2023. During this period, the most pressing issues proved to be shortages of professionals in healthcare, housing and communal services, secondary education, transport, defense industry and IT sectors.

The research indicates that a crucial marker of a persistent social problem in people's daily lives is the involvement of "ordinary" citizens as speakers who draw significant attention to the issue. This finding corroborates the democratizing impact of social media on the structure of the public sphere.

Keywords

Public Sphere; Social Problem; Social Media; Public Discussion; Personnel Shortages; Public Actors; News Values; Media Studies; Social Constructivism; Public Speakers



This work is licensed under a [Creative Commons "Attribution" 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

1 Email: [dyudina\[at\]spbu.ru](mailto:dyudina[at]spbu.ru) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6603-0697>

2 Email: [a.riazantseva22\[at\]gmail.com](mailto:a.riazantseva22[at]gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-0208-5316>



Анализ публичных дискуссий в социальных медиа как метод изучения социальных проблем

Юдина Дарья Игоревна¹, Рязанцева Ангелина Вадимовна²

Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, Россия

Рукопись получена: 1 октября 2023 | Пересмотрена: 27 декабря 2023 | Принята: 4 января 2024

Аннотация

Изучение социальных проблем путем анализа публичной сферы получило свою научную легитимность благодаря конструктивистскому подходу еще в эпоху, когда главным медиа было телевидение. Появление социальных медиа изменило публичное пространство, в том числе и относительно того, как организованы дискуссии вокруг социальных проблем. В этой статье мы рассмотрели, какие преимущества и ограничения содержит конструктивизм в исследовании социальных проблем, из каких элементов состоит общественная дискуссия в социальных медиа и как ее можно анализировать для определения уровня устойчивости социальных проблем. В качестве примера использования предлагаемого метода изучения дискуссий в социальных сетях мы проанализировали, как пользователи социальных сетей обсуждали проблему дефицита кадров с ноября 2022 года по февраль 2023. Наиболее актуальными проблемами в этот период оказалась нехватка специалистов в здравоохранении, ЖКХ, среднем образовании, транспорте, оборонной отрасли и ИТ.

Исследование показало, что ключевым индикатором устойчивости социальной проблемы в повседневной жизни людей является участие «простых» граждан в качестве спикеров, привлекающих наибольшее внимание к проблеме. Этот результат подтверждает демократизирующий эффект социальных медиа, который они оказывают на устройство публичной сферы.

Ключевые слова

публичная сфера; социальная проблема; социальные медиа; публичная дискуссия; дефицит кадров; публичные акторы; новостные ценности; медиаисследования; социальный конструктивизм; публичные спикеры



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons "Attribution"](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная

1 Email: [dyudina\[at\]spbu.ru](mailto:dyudina[at]spbu.ru) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6603-0697>

2 Email: [a.riazantseva22\[at\]gmail.com](mailto:a.riazantseva22[at]gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-0208-5316>



Введение

Аналитика социальных проблем является одной из главных прикладных задач социологии. В свою очередь, экспертная оценка, выводы и рекомендации социальных исследователей в данной области могут способствовать их разрешению. Преобладающим социологическим подходом в изучении социальных проблем стал конструктивизм (Ясавеев, 2004), который основным объектом изучения сделал публичную сферу.

При этом конструктивистская методология – например, модель публичных арен (Hilgartner & Bosk, 1988) – соответствовала своему времени и учитывала устройство публичной сферы, в которой основным институтом было телевидение. Одна из задач нашего исследования состоит в том, чтобы показать, что механическая подстройка «старой» методологии под новую реальность социальных медиа упускает значительную долю важной социальной информации.

Новая публичная сфера стала еще более фрагментированной и сложной благодаря прямому доступу различных акторов к аудитории. Таким образом, общественная дискуссия, в которой обсуждаются социальные проблемы, требует дополнительного теоретического разбора. В данной статье мы детально рассмотрели устройство дискуссии в социальных медиа и на основе этого анализа представили свою модель оценки социальных проблем.

В качестве кейса, иллюстрирующего применение разработанной методики, мы взяли тему дефицита кадров. В этом исследовании мы показали, какие сегменты рынка труда, испытывающие дефицит кадров, привлекают наибольшее внимание пользователей социальных сетей, кто выступает наиболее влиятельными спикерами в этих онлайн-дискуссиях, каковы их аргументы, какова регулярность обсуждений и аудитории из каких регионов в них вовлечены.

Мы разберем конструктивистский подход к определению социальных проблем, его преимущества и недостатки, опишем структуру общественной дискуссии в социальных медиа, переменные для оценки социальных проблем в этой публичной сфере и результаты исследования онлайн-обсуждения дефицита кадров в российской экономике.

Социальные проблемы

В социологических исследованиях доминирующее определение того, что является социальной проблемой, уже достаточно долго принадлежит конструктивистскому подходу. Спектор и Китсьюз убедительно показали, что называть некоторые условия проблемой должны сами люди, благодаря чему социологи получают право зафиксировать её существование (Spector & Kitsuse, 2017). В рамках этого подхода Спектор и Китсьюз предложили определять социальные проблемы как деятельность индивидов или групп по выра-



жению недовольства и выдвижению требований относительно некоторых предполагаемых условий. Авторы концепции подчеркивали, что социальные проблемы целиком принадлежат сфере публичного обсуждения, так что бессмысленно рассматривать «объективные» условия их возникновения.

Такой подход вызвал возражения. Джоэл Бест показал, что логика строгого конструктивизма, предложенная Спектором и Китсьюзом, ведет к тому, что исследователи не могут и не должны делать различий между, например, моральной паникой, вызванной страхом перед сатанизмом, и эпидемией ВИЧ (Best, 2017). Бест видел разрешение этой проблемы в том, чтобы учитывать реальность аргументов, которые озвучиваются публичными спикерами (claim-makers в терминологии Спектора и Китсьюза).

Развили идеи Спектора и Китсьюза авторы концепции публичных арен (Hilgartner & Bosk, 1988). Хилгартнер и Боск привнесли в теорию более подробное описание структур, благодаря которым происходит конструирование социальных проблем. Определение площадок – публичных институтов (арен), на которых происходит действие, функционеров (operatives) – «работников» арен, которые озвучивают социальные проблемы, представителей общественности – граждан, которые реагируют на проблемную повестку, – позволило концептуализировать переменные, за которыми необходимо наблюдать исследователям, чтобы оценить, как развивается формирование социальных проблем.

Вместе с этим Хилгартнер и Боск предложили в качестве основания для количественного измерения «серьезности» социальных проблем использовать то, сколько медийного пространства они занимают. Таким образом, чем чаще проблема озвучивается в СМИ (или других площадках), чем больше аудитория этих СМИ, тем больше социального «веса» имеет проблема. Этот вывод основан на предположении, что наибольшее медийное пространство «отвоевывается» наиболее влиятельными группами интересов.

Конструктивистский подход значительно продвинул исследования социальных проблем, однако нельзя не отметить слабость некоторых не всегда проговариваемых допущений. Первое: конструктивистские концепции предполагают, что социальные проблемы конструируются сознательно рациональными акторами. Пример с моральными паниками показывает, что не все социальные проблемы появляются как результат рациональных требований.

Второе: в этих моделях теории, очевидно, опираются на теории и практику исследования СМИ (media studies) – в частности, когда фактически утверждают, что это СМИ, т. е., «машины пропаганды» (Herman & Chomsky, 2010) конструируют реальность, а не некие «объективные» условия заставляют их освещать проблемные темы. Однако и теория новостных ценностей (Harcup & O'Neill, 2017; Bednarek & Caple, 2017), откуда взяты Хилгартнером и Боском понятия «Драмы», «Новизны» и т. д., и концепция Хермана и Хомского опираются на объективные, не конструируемые дискурсом, характеристики: предпо-



чтения аудитории, неравенство новостных организаций в доступе к ньюсмейкерам и финансированию. Оставлять без критического анализа эту специфику работы СМИ в исследовании социальных проблем мы считаем неправильным.

Третье: конструктивистские концепции в целом предполагают упорядоченное взаимодействие между публичными площадками и «функционерами» (operatives), продвигающими повестку социальных проблем, а также группами, противостоящими этой повестке. Конструирование социальной проблемы требует, чтобы каждый участник этого процесса последовательно исполнил свою роль (Spector & Kitsuse, 2017). Однако медиапространство, в котором происходит обсуждение, чаще всего фрагментировано, его акторы далеко не всегда совершают запланированные действия, поэтому отследить, на каком этапе находится формирование проблемы в открытом дискурсе, на реальных данных оказывается довольно сложно.

Признавая значимый вклад конструктивистского подхода в концепцию социальных проблем, мы не хотим соглашаться с тем, что социальные проблемы принадлежат только пространству медийных институтов. Медиа, безусловно, привносят свои искажения в то, как транслируются проблемы людей, однако мы полагаем, что при определенном «здоровье» самой публичной сферы возможно и необходимо отделять проблемы, которые ситуативно «разгоняются» сильной публикой, от проблем, постоянно возникающих в повседневности людей, которые прорываются в публичное пространство иногда вопреки группам, удерживающим медийную власть.

Теоретическая модель публичной дискуссии в социальных медиа

Представления об идеальной модели публичной дискуссии унаследованы нами от устройства древнегреческого полиса (Арендт, 2017). Она представляет собой одну площадку, на которой собраны граждане, имеющие сформированное мнение о предмете дискуссии. Они ведут обсуждение с равных позиций по заранее заданным правилам. Применяться практически такая модель может, если состав граждан немногочислен, у них есть возможность разобраться самостоятельно в теме дискуссии, а их устройство жизни позволяет синхронное взаимодействие в одном месте (пусть даже не физическом, а виртуальном). В условиях, когда у большого количества граждан есть доступ к общественной дискуссии, для ее организации необходимы различные механизмы посредничества: технологические и институциональные. При этом механизмы посредничества создают неравенство в коммуникации, что неизбежно приводит к фрагментации как конкретной дискуссии, так и всего устройства публичной сферы (Fraser, 1990; Papacharissi, 2002).

К институциональным механизмам посредничества относятся СМИ (в самом широком понимании), институты представительной демократии,



эксперты и активисты (McCombs & Shaw, 1972; Schulz, 1997; Trenz, 2009). Именно их представители чаще всего оказываются спикерами в общественной дискуссии. Граждане в этом институциональном устройстве становятся преимущественно слушателями (зрителями/читателями) – аудиторией. Социальные медиа вернули гражданам часть их субъектности в публичной сфере, предоставив им роль авторов постов и комментариев. Тем не менее, правила, по которым работают СМИ и которым подчиняется внимание пользователей, придают особый статус политикам, высокопоставленным чиновникам, крупным бизнесменам, экспертам и знаменитостям (celebrities) (Harcup & O'Neill, 2017).

Технологические инструменты посредничества – газеты, телевидение и социальные медиа – также вносят свой вклад в фрагментацию публичной сферы; при этом их устройство по-разному определяет иерархию в дискуссии и запускает разные механизмы фрагментации. Как было сказано, социальные сети частично уравнивали в правах привилегированных спикеров и обычных граждан, дав всем доступ к широкой аудитории. В результате этого источников обсуждения (страниц СМИ, блогеров, политиков и т.д.) стало еще больше, чем в эпоху «традиционных СМИ», и аудитория между ними разделилась по определенным закономерностям.

Например, появились «пузыри фильтров» – (частично) изолированные гомогенные по своим интересам группы пользователей (Pariser, 2011). Пузыри фильтров создаются алгоритмами онлайн-площадок, которые показывают пользователям тот контент, который похож на потребляемый ими, или который понравился другим пользователям со сходными интересами. Таким образом, вероятность ознакомиться с отличными от собственного мнения взглядами у пользователей падает. Однако подпитываемая этим эффектом поляризация публичной сферы редко оказывается абсолютной (Borgesius, 2016, Vodrunova et al., 2019). Доступ к общению с другими социальными группами рекомендательные алгоритмы не перекрывают хотя бы потому, что информация об источниках контента попадает пользователям не только из рекомендаций соцсети, но и от их друзей, знакомых и других людей с иными интересами.

Следующим важным элементом общественной дискуссии являются правила ее ведения: порядок высказываний, оценка аргументов, подведение итогов обсуждения. В социальных медиа мы можем зафиксировать два формата ведения обсуждения: многосторонний (чаще всего) синхронный и односторонний асинхронный.

Первый вариант относится к обсуждениям в комментариях под постом или к обмену твитами. В этом формате пользователи могут обмениваться мнениями с одним или несколькими спикерами, напрямую давать оценку аргументам друг друга, а также делиться выводами по итогам обсуждения.



Хотя это обсуждение может быть асинхронным, но чаще всего актуальность конкретного повода для дискуссии (поста или твита) длится недолго.

Важной особенностью таких обсуждений является то, что они всегда запускаются некоторым информационным триггером – публикацией поста, видео и т. д. Таким образом, предмет обсуждения, его контекст, фреймирование задаются автором этой публикации. Уровень реакции на публикацию будет зависеть от размера аудитории у источника публикации, важности затрагиваемой проблемы и эффективности приемов, которыми автор текста или видео хотел «зацепить» свою аудиторию. Следовательно, публичные акторы со значительным медийным капиталом в социальных медиа односторонне и асинхронно запускают общественную дискуссию.

Состав публичных спикеров в социальных медиа несколько изменился по сравнению с телевизионной эпохой: доступ к широкой аудитории получили «новые» лидеры общественного мнения, такие как блогеры и инфлюэнсеры (Dubois & Gaffney, 2014), а также свой шанс напрямую обратиться к относительно большому числу пользователей социальных сетей получили и «простые» граждане, например, через гиперлокальные медиа (Metzgar, Kurpius & Rowley, 2011). Вместе с этим, «старые» обладатели новостной ценности (newsworthiness) (Narcup & O'Neill, 2017): журналисты, политики, крупные бизнесмены и т. д. – сохранили свой высокий статус в общественной дискуссии. Они также имеют доступ к аудитории через СМИ, которые публикуют свои материалы в соцсетях, либо теперь напрямую могут обращаться к гражданам через свои посты и видеоролики. В их отношении фильтры «машин пропаганды», о которой писали Херман и Хомский (Herman & Chomsky, 2010), сохраняются.

Отметим различие между публичными акторами и спикерами в модели онлайн-дискуссии. Публичные акторы – это обладатели доступа к аудитории. Они решают, какой текст публиковать, аргументы каких публичных спикеров впускать в общественную дискуссию. Самый распространенный вид публичных акторов – это новостные организации (СМИ). В категориях теории арен их можно назвать публичными институтами. Однако далеко не все открыто выступающие акторы в социальных медиа имеют достаточно институциональных признаков для такого названия. Спикеры – это те, кто проговаривает утверждения или требования. В нашем исследовании это люди с определенным статусом, от лица которых озвучивается проблема. Публичные акторы и спикеры могут быть одной персоной, например, если блогер, журналист или политик публикует текст от своего лица на своей странице в социальных сетях.

Подводя итог перечисленным выше характеристикам общественной дискуссии в социальных медиа, коротко опишем механизм ее функционирования. Общественная дискуссия в социальных медиа фрагментирована: спикеры и их публика присутствуют на отдельных страницах социальных медиа, частично изолируя себя от спикеров и публики с иными интересами и политической позицией. Обсуждения проблем (issues) запускают акторы, обла-



дающие медийным капиталом. В социальных медиа этот капитал измеряется в подписках, лайках, комментариях, репостах и т. д. Чем выше эти показатели, тем сильнее позиция спикеров, от лица которых передаются аргументы в дискуссии. Эта односторонняя и асинхронная коммуникация запускает уже синхронное и двустороннее (многостороннее) обсуждение под отдельными публикациями. Пользователи в комментариях могут как поддержать аргументы спикера, так и раскритиковать его. Однако чем выше количество этих комментариев, тем значимее публичный спикер и его аргументы в глазах публики.

Особенностью такой формы дискуссии является то, что ее завершение лежит вне публичной сферы: нет какого-то окончательного вывода, который подводит модератор этой дискуссии. Под влиянием этого обсуждения (или игнорируя его) принимается некоторое политическое решение; или обсуждаемая проблема как-то меняется либо исчезает по другой причине (например, замалчивается публичными акторами). Так или иначе, предмет обсуждения пропадает из общественной дискуссии или просто перестает привлекать внимание. Таким образом, длительность обсуждения проблемы – это еще один показатель ее актуальности для граждан.

Дизайн исследования

В 2022 году в Российской Федерации проблема дефицита кадров в разных сегментах рынка труда стала чаще озвучиваться разными экспертами в СМИ (Дефицит ИТ-мозгов..., 2022; Россияне не идут в строители..., 2022). Однако сложности с дефицитом кадров часто по-разному воспринимаются бизнесом, государством и гражданами. Чтобы привлечь внимание к данной проблеме, как обычные граждане, так и государство, и бизнес могут выносить ее на обсуждение в публичное поле. Чем шире набор разнообразных спикеров, выносящих эту проблему в повестку, чем больше реакций со стороны пользователей социальных сетей она получает, тем сильнее эта проблема ощущается обществом. Целью нашего исследования стала сравнительная оценка того, насколько серьезно проблема дефицита кадров в разных сегментах рынка труда России воспринимается в публичном пространстве.

Для достижения этой цели мы провели анализ онлайн-обсуждений этой темы в социальных сетях. В качестве критериев оценки серьезности проблемы были использованы универсальные показатели, описанные в теоретической модели: категории публичных спикеров, внимание со стороны аудитории социальных сетей к теме обсуждения, ее динамика. Поскольку в нашем анализе рассматривается внутристрановая дискуссия, мы также включили в критерии оценки региональную принадлежность аудитории.

В ходе анализа мы ответили на следующие исследовательские вопросы:

В.1. Проблемы в каких сегментах рынка труда обсуждаются пользователями социальных сетей наиболее активно?



В.2. Какова структура наиболее популярных дискуссий вокруг дефицита кадров в социальных сетях?

В.3. Как эта структура отражает уровень устойчивости дефицита кадров как социальной проблемы?

В исследовании были использованы данные из социальных сетей, предоставленные сервисом компании Медиалогия. Для анализа посты отбирались по ключевым словам, которые отражают словоупотребления, относящиеся к теме дефицита кадров («дефицит кадров», «нехватка специалистов», «кадровый голод» и т.д.). Всего сервис предоставил более 50 тыс. постов за период наблюдения с 21 октября 2022 года по 9 февраля 2023. В финальную выборку попало 437 постов, прошедших следующие фильтры:

- 1) пост был опубликован на странице сообщества или персоны, аудитория которых является преимущественно российской;
- 2) сумма комментариев к постам о дефиците кадров, опубликованным в сообществе или на персональной странице, была не меньше 50 на момент попадания в базу Медиалогии;
- 3) по тексту поста можно было определить конкретную область экономики, испытывающую нехватку кадров.

Более трех четвертей постов, попавших в финальную выборку, были опубликованы в социальной сети ВКонтакте (Рисунок 1).

Полученные посты были размечены авторами этой статьи. Для разметки использовался контент-анализ, проводимый вручную по схеме кодирования. Схема кодирования включала в себя описание и алгоритм определения категорий по следующим переменным: сегмент рынка труда (54 категории), региональная принадлежность аудитории сообщества (90 категорий) и публичные спикеры, которые указывали на проблемы с дефицитом кадров (12 категорий).

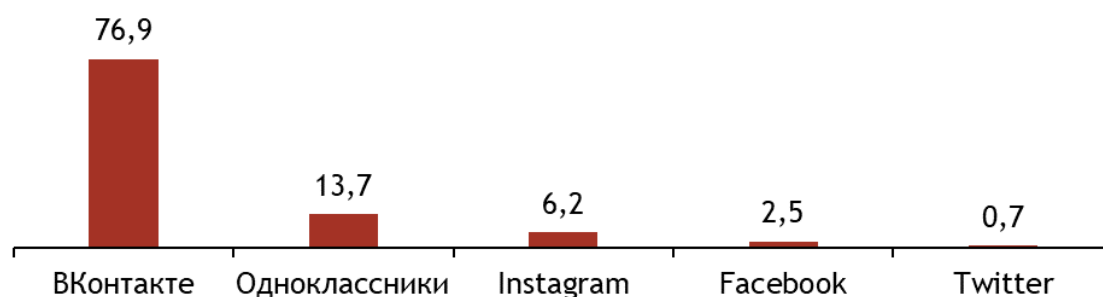


Рисунок 1. Распределение проанализированных постов по социальным сетям в процентах от общего числа 424.¹

Figure 1. Distribution of the analyzed posts across social networking sites as a percentage of the total number 424.

1 Социальные сети Facebook и Instagram принадлежат компании Meta, признанной экстремистской организацией в Российской Федерации



Результаты

Чтобы измерить популярность темы дефицита кадров в конкретной области и ответить на первый исследовательский вопрос, мы использовали три показателя: доля постов в выборке по теме, доля просмотров публикаций и доля комментариев. Как видно из рисунка 2, по всем трем показателям чаще всего внимание пользователей социальных сетей привлекали проблемы дефицита кадров в здравоохранении, общественном транспорте и жилищно-коммунальном хозяйстве. Это можно назвать закономерным, так как данные виды услуг почти постоянно включены в повседневную жизнь граждан.

Для ответа на второй исследовательский вопрос подробно рассмотрим структуру обсуждения дефицита кадров в первых шести наиболее обсуждаемых сегментах рынка труда.



Рисунок 2. Топ-10 сегментов рынка труда с дефицитом кадров по уровню популярности в социальных сетях в процентах. Общее число постов составило 424, просмотров 6900882, комментариев 32210.

Figure 2. Top 10 labor market segments with personnel shortage by social media popularity, in percentage. The total number of items is 424 posts, 6,900,882 views and 32,210 comments.

Дефицит медицинских работников разного уровня (врачей, медсестер и санитаров), судя по нашим данным, можно назвать очень серьезной проблемой общефедерального масштаба. Более половины постов в нашей выборке были посвящены проблеме дефицита кадров в здравоохранении. Характерно для проблемы, которую можно назвать социальной, что повестку в ней задают сами граждане. Как видно из распределения комментариев к постам, наибольшее внимание получают те новости, где о проблемах говорят



«обычные» люди (Рисунок 3.а). В целом к обсуждению дефицита кадров в здравоохранении подключились все виды публичных спикеров.

На рисунке 3.б обозначены четырнадцать регионов России, аудитория из которых присоединилась к обсуждению этой проблемы. В нашей выборке их сорок четыре – то есть чуть меньше половины от общего числа регионов страны. Можно предположить, что если бы наш мониторинг длился еще три месяца, то в выборке оказались бы практически все области, края и республики Российской Федерации.

Показательна и динамика обсуждения этой проблемы (Рисунок 4). Посты о нехватке специалистов в больницах и поликлиниках не только публиковались почти каждый день за весь наш период наблюдений, но также почти всегда получали заметный отклик от аудитории социальных сетей.



Рисунок 3. (а) Распределение публичных спикеров, заявивших о проблеме дефицита кадров в здравоохранении, по числу комментариев, которые набрали соответствующие посты. б) Распределение региональной принадлежности источника публикации по числу комментариев к постам о дефиците кадров в здравоохранении.

Figure 3. (a) Distribution of public speakers who stated the problem of personnel shortage in public health by the number of comments that the corresponding posts scored. b) Distribution of regional affiliation of the publication source by the number of comments to the posts about the personnel shortages in public health.



Рисунок 4. Временное распределение постов, в которых заявлена проблема дефицита кадров в здравоохранении, по числу комментариев.

Figure 4. Temporal distribution of posts, in which the problem of personnel shortage in schools is stated, by the number of comments.

Похожая картина обсуждения сложилась вокруг нехватки школьных учителей. Это обсуждение также проходило равномерно за весь период наблюдения, хотя и более разрежено по сравнению с обсуждением дефицита врачей (Рисунок 6). В эту дискуссию были включены аудитории из разных частей страны, ее инициаторами также чаще становились простые граждане (Рисунок 5).

Существенное отличие от проблемы дефицита врачей и среднего медперсонала состоит в доле интереса со стороны общества. Проблема дефицита учителей касается только определенных социальных групп: родителей школьников, самих учителей, школьных администраций. Тем не менее, мы можем зафиксировать, что она тоже вызывает постоянное социальное напряжение.

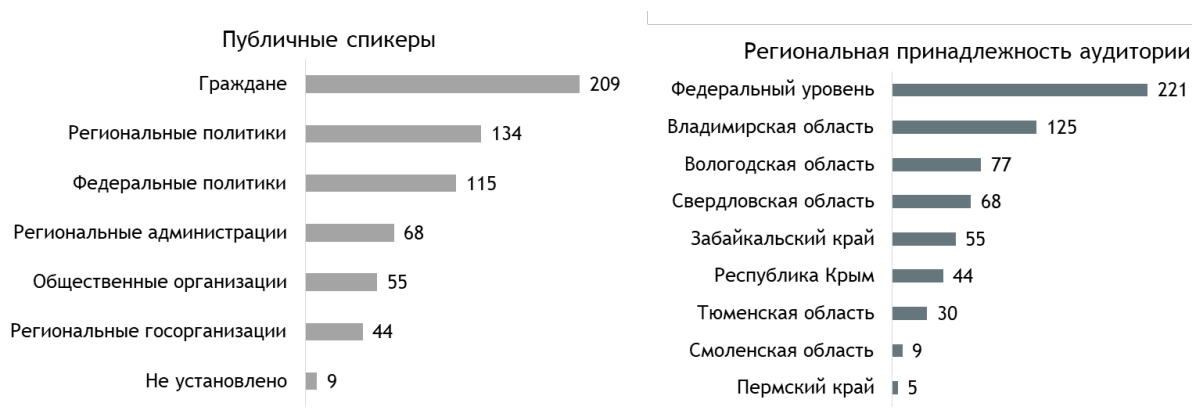


Рисунок 5. (а) Распределение публичных спикеров, заявивших проблему дефицита кадров в школах, по числу комментариев, которые набрали соответствующие посты. (б) Распределение региональной принадлежности источника публикации по числу комментариев к постам о дефиците кадров в школах.

Figure 5. (a) Distribution of public speakers who stated the problem of personnel shortages in schools by the number of comments that the corresponding posts scored. (b) Distribution of the regional affiliation of the publication source by the number of comments to the posts about personnel shortages in schools.



Рисунок 6. Временное распределение постов, в которых заявлена проблема дефицита кадров в школах, по числу комментариев.

Figure 6. Temporal distribution of posts, in which the problem of personnel shortages in schools is stated, by the number of comments.

Спецификой общественного обсуждения нехватки водителей общественного транспорта является то, что его как будто ведут между собой местные чиновники и транспортные компании (Рисунок 7.а). Так происходит из-за того, что в публичной сфере дискуссия вокруг этой проблемы возникает уже после того, как недовольство граждан, вынужденных долго и иногда безуспешно ждать своего транспорта, доносится до представителей государства и бизнеса. Они успевают первыми открыто реагировать на проблему, и поэтому мы видим их в качестве спикеров, привлечших наибольшее внимание.

Среди причин нехватки водителей представители транспортных компаний и местных администраций называли низкие зарплаты, мобилизацию и сезонные заболевания. Из динамики обсуждения видно, что ее пик – это начало-середина ноября, именно во время сезонной эпидемии (Рисунок 8).



Рисунок 7. (а) Распределение публичных спикеров, заявивших проблему дефицита кадров в общественном транспорте, по числу комментариев, которые набрали соответствующие посты.

(б) Распределение региональной принадлежности источника публикации по числу комментариев к постам о дефиците кадров в общественном транспорте.

Figure 7. (a) Distribution of public speakers who stated the problem of personnel shortages in public transport by the number of comments that the corresponding posts scored.

(b) Distribution of the regional affiliation of the publication source by the number of comments to the posts about the personnel shortages in public transport.



Рисунок 8. Временное распределение постов, в которых заявлена проблема дефицита кадров в общественном транспорте, по числу комментариев.

Figure 8. Temporal distribution of posts, in which the problem of personnel shortages in public transport is stated, by the number of comments.

Проблема дефицита кадров в жилищно-коммунальном хозяйстве оказалась сезонной и была связана с нехваткой дворников в снегопады. Зимой требуется больше рабочих, чтобы убирать снег, их часто не хватает, люди возмущаются невозможностью пройти или проехать (Рисунок 10). Любопытно, что в нашем случае громче всех проявляли недовольство федеральные политики – депутаты Государственной Думы (Рисунок 9.а). Больше всего их беспокоила проблема уборки снега в Москве. Поскольку это политики федерального масштаба, то их недовольство освещали федеральные СМИ, поэтому мы видим большую долю аудитории федерального уровня, а не Москвы (Рисунок 9.б).



Рисунок 9. (а) Распределение публичных спикеров, заявивших проблему дефицита кадров в ЖКХ, по числу комментариев, которые набрали соответствующие посты. (б) Распределение региональной принадлежности источника публикации по числу комментариев к постам о дефиците кадров в ЖКХ.

Figure 9. (a) Distribution of public speakers who stated the problem of personnel shortages in the housing and communal services by the number of comments that the corresponding posts scored.

(b) Distribution of the regional affiliation of the publication source by the number of comments to the posts about the personnel shortages in the housing and communal services.

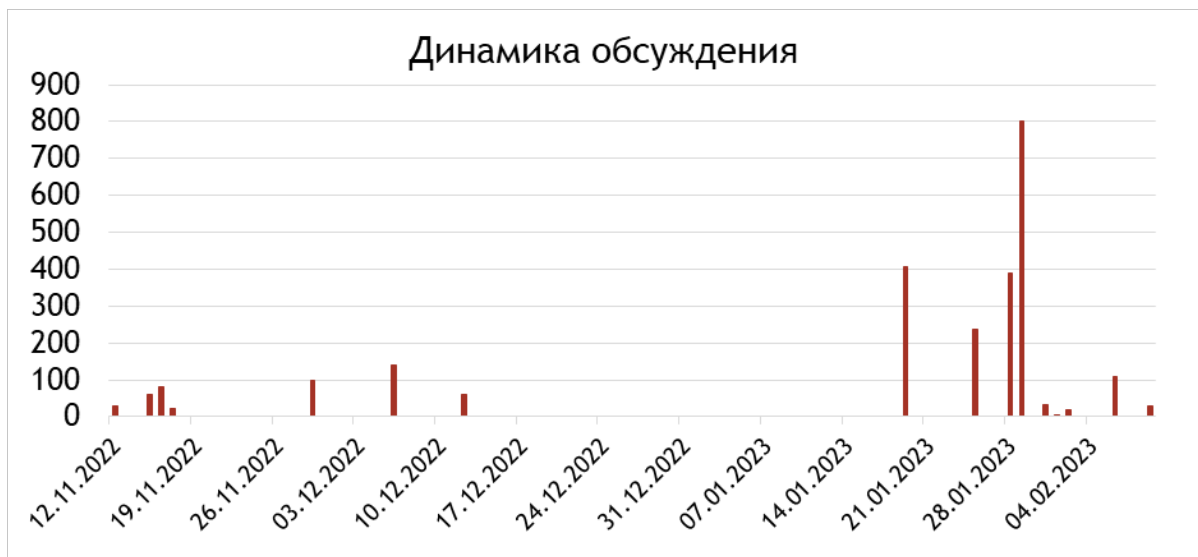


Рисунок 10. Временное распределение постов, в которых заявлена проблема дефицита кадров в ЖКХ, по числу комментариев.

Figure 10. Temporal distribution of posts, in which the problem of personnel shortages in the housing and communal services is stated, by the number of comments.



На проблему с дефицитом кадров на оборонных предприятиях чаще всего обращали внимание их директора (Рисунок 11.а). Надо отметить, что в эту полемику вступили и обычные граждане, которые указывали на низкую заработную плату рабочих на оборонных предприятиях. Аудитория, которая подключилась к обсуждению этой проблемы, чаще всего была из регионов, где эти военные заводы расположены (Рисунок 11.б).



Рисунок 11. (а) Распределение публичных спикеров, заявивших проблему дефицита кадров на оборонных предприятиях, по числу комментариев, которые набрали соответствующие посты.

(б) Распределение региональной принадлежности источника публикации по числу комментариев к постам о дефиците кадров на оборонных предприятиях.

Figure 11. (a) Distribution of public speakers who stated the problem of personnel shortages at defense enterprises, by the number of comments that the corresponding posts scored.

(b) Distribution of the regional affiliation of the publication source by the number of comments to posts about the personnel shortages at defense enterprises.



Рисунок 12. Временное распределение постов, в которых заявлена проблема дефицита кадров на оборонных предприятиях, по числу комментариев.

Figure 12. Temporal distribution of posts, in which the problem of personnel shortages at defense enterprises is stated, by the number of comments.



Обсуждение нехватки IT-специалистов пока (по нашим данным) не свидетельствовало о наличии социальной проблемы заметного масштаба. Больше всего внимания к заявлениям о дефиците разработчиков привлекают главы IT-компаний, которые говорят о собственной нехватке специалистов (Рисунок 13.а). Среди задающих эту дискуссию обычных граждан отмечено не было. Все обсуждение ведется между представителями государства и бизнеса. При этом со временем потенциальная проблема дефицита разработчиков привлекает все меньше интереса со стороны пользователей социальных сетей (Рисунок 14). Возможно, это связано с тем, что проблем с работой привычных сервисов наши сограждане не испытывают.

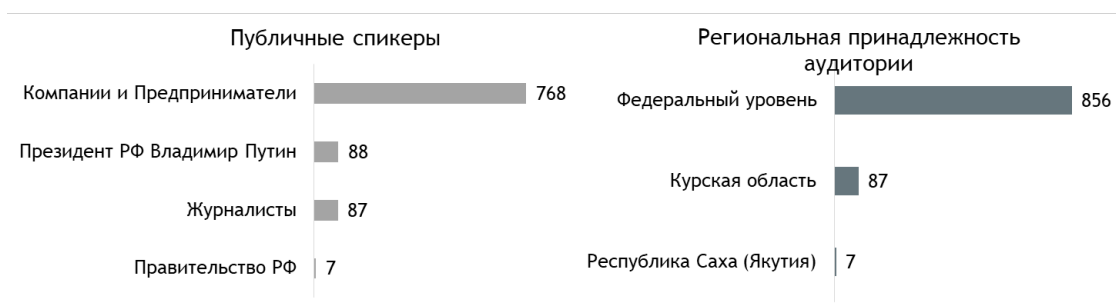


Рисунок 13. (а) Распределение публичных спикеров, заявивших проблему дефицита кадров в сфере информационных технологий, по числу комментариев, которые набрали соответствующие посты.

(б) Распределение региональной принадлежности источника публикации, по числу комментариев к постам о дефиците кадров в сфере информационных технологий.

Figure 13. (a) Distribution of public speakers who stated the problem of personnel shortages in the IT field by the number of comments that the corresponding posts scored.

(b) Distribution of the regional affiliation of the publication source by the number of comments to the posts about the personnel shortages in the IT field.



Рисунок 14. Временное распределение постов, в которых заявлена проблема дефицита кадров в сфере информационных технологий, по числу комментариев.

Figure 14. Temporal distribution of posts, which mentioned the personnel shortage in the IT field, by the number of comments.



Обсуждение результатов

Характер общественного обсуждения пользователями соцсетей показал, что в России есть, по крайней мере, две массовые социальные проблемы, связанные с дефицитом кадров – это нехватка медицинских работников (половина дискуссии о дефиците кадров посвящена этой проблеме) и школьных учителей. Обе проблемы затрагивают широкие слои граждан, которые выступают главными спикерами в дискуссиях, возникающих из-за нехватки специалистов в этих сферах. Вовлечены в это обсуждение и разнообразные спикеры с особым статусом в общественной дискуссии: от федеральных и региональных политиков до представителей общественных организаций. Обсуждение нехватки медицинских работников и школьных учителей возникает регулярно в разных регионах России.

Менее масштабные проблемы с недостатком работников имеют сезонную и/или региональную специфику. К ним относятся отсутствие необходимого числа водителей общественного транспорта, а также нехватка дворников для уборки снега зимой. Онлайн-дискуссии вокруг этих тем запускаются отдельными заинтересованными сторонами: местными чиновниками, бизнесменами и политиками. Можно предположить, что такие обсуждения также вызваны недовольством граждан, однако более статусные спикеры «перехватывают» повестку, пользуясь прямым доступом к медийным ресурсам.

К проблемам с дефицитом кадров, которые в целом нашли лишь слабый отклик у аудитории социальных сетей, можно отнести нехватку IT-специалистов. Обсуждение этой проблемы было эпизодическим и возникало в результате редких заявлений представителей компаний или правительства. Несмотря на то, что проблема дефицита разработчиков обсуждалась длительное время разными высокостатусными спикерами (членами правительства ((Дефицит ИТ-мозгов..., 2022), бизнесменами (Ростех заявил об остром дефиците ИТ-специалистов..., 2022) и экспертами (Более 30% ИТ-специалистов уехали..., 2022)), в социальных сетях она не вызвала заметного общественного обсуждения. Мы можем предположить, что наши сограждане в своей повседневной жизни пока не сталкиваются с трудностями, которые могли бы возникнуть в результате недостатка программистов, создающих и поддерживающих работу цифровых сервисов.

Резюмируя полученные результаты, ответим на третий исследовательский вопрос о том, какие характеристики дискуссии в социальных медиа свидетельствуют об устойчивой социальной проблеме. Можно отметить, что наиболее часто и регулярно обсуждаемые социальные проблемы в основном продвигаются обычными гражданами; при этом в обсуждение также вовлечены и разные другие публичные спикеры. В свою очередь, менее масштабно в публичной сфере проявляются те проблемы, артикуляцией которых занимаются в основном только заинтересованные стороны, например, местные политики, чиновники и бизнесмены.



Заключение

Выводы по результатам исследования онлайн-обсуждений проблем, связанных с дефицитом труда, отчасти подтвердили применимость теории арен Хилгартнера и Боска. Так, чем более разнообразен набор площадок и публичных спикеров, занятых дискуссией вокруг социальной проблемы, тем больше внимания она получает.

При этом состав спикеров является особым показателем. Они структурно не равны. Из исследований по теории новостных ценностей (Judina & Platonov, 2019; Bro & Wallberg, 2014) мы знаем, что присутствие в публикации высокостатусных персон (политиков, чиновников, бизнесменов), само по себе привлекает внимание пользователей, поэтому такие спикеры обладают большими возможностями создавать общественную дискуссию по темам, которые могут почти не касаться повседневной жизни обычных граждан. Если в итоге продолжительного мониторинга общественной дискуссии вокруг социальной проблемы мы не наблюдаем, что ее стали самостоятельно озвучивать сами граждане, то можем полагать, что проблема либо еще не дошла до повседневной жизни людей, либо перед нами результат частных интересов влиятельных медийных фигур. Как показало наше исследование относительно дефицита кадров, наличие обычных граждан в роли ключевых спикеров, от лица которых формулируется большее число популярных постов с требованиями или жалобами, является основным признаком присутствия социальной проблемы в повседневной жизни.

Вовлечение рядовых пользователей в общественную дискуссию в целом представляет собой результат демократизации, создаваемой социальными медиа. Этот эффект дает возможность социологам лучше оценивать состояние общества, обходя недостатки «старой» публичной сферы, создаваемой «традиционными» медиамонополистами.

Ограничения исследования

Основные ограничения, которые, возможно, повлияли на выводы исследования, связаны с формированием выборки. Первое ограничение обусловлено тем, что в анализе рассматривались публикации только пяти социальных сетей: Вконтакте, Одноклассники, Facebook¹, Instagram² и Twitter. Мы можем предположить, что включение в анализ постов и видео из популярных мессенджеров и видеохостингов, показало бы несколько иное распределение внимания пользователей относительно конкретного сегмента рынка труда, испытывающего дефицит кадров. Вторым ограничением выборки можно считать заданный уровень отсечения для постов: если онлайн-сообщество или

-
- 1 Социальная сеть принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией в Российской Федерации
 - 2 Социальная сеть принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией в Российской Федерации



персональная страница набирали не менее 50 комментариев, то только тогда посты оттуда попадали в нашу выборку. Такое условие может привести к недостаточной репрезентации проблем граждан, связанных с малыми группами, например, из небольших населенных пунктов, где основная онлайн-дискуссия ведется в малочисленных онлайн-группах. Третий фактор, который мог повлиять на рейтинг обсуждаемых проблем, представляет собой возможную бот-активность в комментариях. К сожалению, у нас не было возможности отследить их присутствие. Однако мы не считаем, что эффект от астротюрфинга (Kovic et al., 2018) (если он и был) мог существенно повлиять на выводы исследования, так как мы рассматривали разные дискуссии в течение продолжительного времени.

Благодарности

Статья подготовлена в рамках НИОКТР № 121062300141-5 «Комплексное исследование факторов и механизмов политической и социально-экономической устойчивости в условиях перехода к цифровому обществу».

Список литературы

- Bednarek, M., & Caple, H. (2017). *The discourse of news values: How news organizations create «news-worthiness»*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780190653934.001.0001>
- Best, J. (2017). But Seriously Folks: The Limitations of the Strict Constructionist Interpretation of Social Problems. In G. Miller & J. A. Holstein (Eds.), *Constructionist Controversies* (pp. 109–130). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315080505-6>
- Bodrunova, S. S., Blekanov, I., Smoliarova, A., & Litvinenko, A. (2019). Beyond Left and Right: Real-World Political Polarization in Twitter Discussions on Inter-Ethnic Conflicts. *Media and Communication*, 7(3), 119–132. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i3.1934>
- Bro, P., & Wallberg, F. (2014). Digital Gatekeeping: News media versus social media. *Digital Journalism*, 2(3), 446–454. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.895507>
- Dubois, E., & Gaffney, D. (2014). The Multiple Facets of Influence: Identifying Political Influentials and Opinion Leaders on Twitter. *American Behavioral Scientist*, 58(10), 1260–1277.
<https://doi.org/10.1177/0002764214527088>
- Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, 25/26, 56–80. <https://doi.org/10.2307/466240>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News?: News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (2002). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Pantheon Books.
- Hilgartner, S., & Bosk, C. L. (1988). The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model. *American Journal of Sociology*, 94(1), 53–78. <https://doi.org/10.1086/228951>



- Judina, D., & Platonov, K. (2019). Newsworthiness and the Public's Response in Russian Social Media: A Comparison of State and Private News Organizations. *Media and Communication*, 7(3), 157-166. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i3.1910>
- Kovic, M., Rauchfleisch, A., Sele, M., & Caspar, C. (2018). Digital astroturfing in politics: Definition, typology, and countermeasures. *Studies in Communication Sciences*, 18(1). <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2018.01.005>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Metzgar, E. T., Kurpius, D. D., & Rowley, K. M. (2011). Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. *New Media & Society*, 13(5), 772-787. <https://doi.org/10.1177/1461444810385095>
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9-27. <https://doi.org/10.1177/14614440222226244>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin UK. <https://doi.org/10.3139/9783446431164>
- Schulz, W. (1997). Changes of Mass Media and the Public Sphere. *Javnost – The Public*, 4(2), 57-69. <https://doi.org/10.1080/13183222.1997.1100864611>
- Spector, M., & Kitsuse, J. I. (2001). *Constructing social problems*. Transaction Publishers.
- Trenz, H.-J. (2009). Digital Media and The Return of The Representative Public Sphere. *Javnost – The Public*, 16(1), 33-46. <https://doi.org/10.1080/13183222.2009.11008996>
- Zuiderveen Borgesius, F. J., Trilling, D., Möller, J., Bodó, B., De Vreese, C. H., & Helberger, N. (2016). Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review*, 5(1). <https://doi.org/10.14763/2016.1.401>
- Арендт, Х. (2017). *Viva Activa, или О деятельной жизни*. Издательство Ад Маргинем Пресс.
- Более 30% IT-специалистов уехали из России или планируют релокацию. (2022). Forbes.ru. <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/477957-bolee-30-it-specialistov-uehali-iz-rossii-ili-planiruyut-relokaciu>
- Дефицит ИТ-мозгов: Как Россия решает проблему кадрового голода в отрасли. (2022). РБК. <https://www.rbc.ru/economics/28/07/2022/62e12c929a794747597da279>
- Россияне не идут в строители. (2022). Коммерсантъ. <https://www.kommersant.ru/doc/5692719>
- Ростех заявил об остром дефиците IT-специалистов в России. (2022). ТАСС. <https://tass.ru/ekonomika/15548315>
- Ясавеев И. Г. (2004). *Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации*. Издательство Казанского университета.

References

- Arendt, J. (2017). *Viva Activa, ili O deyatel'noy zhizni*. Izdatel'stvo Ad Marginem Press. (In Russian).
- Bednarek, M., & Caple, H. (2017). *The discourse of news values: How news organizations create «news-worthiness»*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780190653934.001.0001>



- Best, J. (2017). But Seriously Folks: The Limitations of the Strict Constructionist Interpretation of Social Problems. In G. Miller & J. A. Holstein (Eds.), *Constructionist Controversies* (pp. 109–130). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315080505-6>
- Bodrunova, S. S., Blekanov, I., Smoliarova, A., & Litvinenko, A. (2019). Beyond Left and Right: Real-World Political Polarization in Twitter Discussions on Inter-Ethnic Conflicts. *Media and Communication*, 7(3), 119–132. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i3.1934>
- Bolee 30% IT-spetsialistov uekhali iz Rossii ili planiruyut relokatsiyu. (2022). Forbes.ru. <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/477957-bolee-30-it-specialistov-uehali-iz-rossii-ili-planiruut-relokaciu> (In Russian).
- Bro, P., & Wallberg, F. (2014). Digital Gatekeeping: News media versus social media. *Digital Journalism*, 2(3), 446–454. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.895507>
- Defitsit IT-mozgov: Kak Rossiya reshaet problemu kadrovogo goloda v otrasli. (2022). RBC. <https://www.rbc.ru/economics/28/07/2022/62e12c929a794747597da279> (In Russian).
- Dubois, E., & Gaffney, D. (2014). The Multiple Facets of Influence: Identifying Political Influentials and Opinion Leaders on Twitter. *American Behavioral Scientist*, 58(10), 1260–1277. <https://doi.org/10.1177/0002764214527088>
- Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, 25/26, 56–80. <https://doi.org/10.2307/466240>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News?: News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (2002). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Pantheon Books.
- Hilgartner, S., & Bosk, C. L. (1988). The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model. *American Journal of Sociology*, 94(1), 53–78. <https://doi.org/10.1086/228951>
- Judina, D., & Platonov, K. (2019). Newsworthiness and the Public's Response in Russian Social Media: A Comparison of State and Private News Organizations. *Media and Communication*, 7(3), 157–166. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i3.1910>
- Kovic, M., Rauchfleisch, A., Sele, M., & Caspar, C. (2018). Digital astroturfing in politics: Definition, typology, and countermeasures. *Studies in Communication Sciences*, 18(1). <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2018.01.005>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Metzgar, E. T., Kurpius, D. D., & Rowley, K. M. (2011). Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. *New Media & Society*, 13(5), 772–787. <https://doi.org/10.1177/1461444810385095>
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9–27. <https://doi.org/10.1177/14614440222226244>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin UK. <https://doi.org/10.3139/9783446431164>
- Rossiyane ne idut v stroiteli. (2022). Kommersant. <https://www.kommersant.ru/doc/5692719> (In Russian).
- Rostekh zayavil ob ostrom defitsite IT-spetsialistov v Rossii. (2022). TASS. <https://tass.ru/ekonomika/15548315> (In Russian).



- Schulz, W. (1997). Changes of Mass Media and the Public Sphere. *Javnost – The Public*, 4(2), 57–69. <https://doi.org/10.1080/13183222.1997.1100864611>
- Spector, M., & Kitsuse, J. I. (2001). *Constructing social problems*. Transaction Publishers.
- Trenz, H.-J. (2009). Digital Media and The Return of The Representative Public Sphere. *Javnost – The Public*, 16(1), 33–46. <https://doi.org/10.1080/13183222.2009.11008996>
- Yasaveev I. G. (2004). *Konstruirovaniye sotsial'nykh problem sredstvami massovoy kommunikatsii*. Izdatel'stvo Kazanskogo universiteta. (In Russian).
- Zuiderveen Borgesius, F. J., Trilling, D., Möller, J., Bodó, B., De Vreese, C. H., & Helberger, N. (2016). Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review*, 5(1). <https://doi.org/10.14763/2016.1.401>