Васильева Е.А., д.с.н.

профессор Северо-Западного института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы

vasilieva\_ea@bk.ru

Доверие к системе государственного управления: отражение в российских СМИ

В начале XXI века государственное управление претерпело глубинную ценностную трансформацию, суть которой заключалась в изменении принципа взаимодействия между органами государственной власти и населения. Традиционная модель бюрократии рассматривает граждан как объект, реагируя, в лучшем случае, на возникающие запросы и обращения. В модели активизирующего государства, получившей признание в последние годы, граждане выступают в качестве полноценного субъекта, имеющего право не только на со-участие в управлении, но и на инициативу, а также на оценку эффективности деятельности органов государственной власти. Эта трансформация привела к изменению коммуникативных практик, реализуемых в системе государственного управления, сопровождающегося возрастанием значимости доверия в обществе. При этом оценка уровня общественного доверия становится значимой методологической проблемой: традиционные социологические опросы в последнее время показывают неудовлетворительный уровень валидности, а качественные методы чрезмерно затратны для регулярного проведения.

В условиях возрастающей цифровизации всех сфер жизни, динамично усилившейся в период пандемии COVID-19, представляется, что более информативными будут методы исследования оцифрованных корпусов данных.

Представляемой исследование проводилось с целью апробации метода контент-анализа кодированного массива газетного Национального корпуса русского языка (корпус современных СМИ) как наиболее адекватно отражающего тенденции современного русского языка для оценки динамики использования концепта «доверие». Корпус газетных текстов примерно в равном объеме включает тексты семи СМИ - как печатных газет ("Известия", "Советский спорт", "Труд", "Комсомольская правда"), так и электронных агентств (РИА Новости, РБК, "Новый регион"). Она включает 986924 текста, что позволяет проанализировать 332645828 предложений. Анализ проводился за период с мая 2010 года по декабрь 2019 года. За этот период категория "доверие" к СМИ используется 19098 раз.

Анализ проводился по трем уровням контекста: институциональный, лексический и оценочный. Институциональный контекст характеризует тематику текста, в котором упоминается категория, лексический контекст позволяет определить конкретное значение, приписываемое категории в данном институциональном контексте, оценочный контекст позволяет учесть эмоциональный фон использования категории. В рамках анализа использовались две оценки - положительная и отрицательная, поскольку доверие является эмоционально насыщенной социальной категорией, не предусматривающей нейтральных оценок.

В результате анализа было установлено, что чаще всего категория доверия упоминается в контексте политических институтов (1335 вхождений - 36,5%) и социального взаимодействия (1143 вхождения - 31,2%). В лексическом контексте доверие чаще всего упоминается в значении признания (771 вхождение - 21,1%), а также в значении авторитета (741 вхождение - 20,2%). В оценочном контексте доверие чаще упоминается в положительном ключе, хотя расхождения между положительными и отрицательными высказываниями незначительны, но при этом негативные коннотации чаще связаны с лексическими контекстами обмана, признания и авторитета.

Количество упоминаний категории доверия в политическом контексте в 2012-2013 годах и в 2017 году снижалось, а рост был отмечен в 2014 году и с 2018 года. Данная динамика может быть объяснена тем, что в 2016 году состоялись выборы Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации VII созыва, а в 2018 году - выборы Президента Российской Федерации. Для сравнения в контексте экономических институтов снижение количества упоминаний фиксируется в 2012, 2016 и 2018 годах, что совпадает с динамикой замедления экономического развития страны.

Максимальный уровень упоминания концепта «доверия» по лексическому контексту «одобрение» в положительном оценочном контексте, отмечался в 2010, 2014 и 2016 г., что позволяет предположить, что в указанные периоды в средствах массовой информации транслировалось признание одобрения деятельности политических субъектов. По лексическому контексту «авторитет» в положительном оценочном контексте доверие к политическим институтам упоминалось чаще всего в 2010 и в 2019 г., что может свидетельствовать о максимизации в эти периоды способности властных субъектов оказывать властное влияние и возрастании социального статуса политических акторов. При этом анализ доверия в лексическом контексте «признание», характеризующий принятие субъекта как компетентного участника взаимодействия, показывает, что коммуникативная компетенция политических акторов достигла минимума в 2012 г. Несмотря на то, что этот показатель увеличился в 2014 г., но не смог достигнуть уровня 2010 г.

Таким образом, результаты исследования показывают, что категория «доверие» в российских СМИ чаще всего используется в контексте политических институтов и социального взаимодействия. Наиболее значимыми в этих контекстах являются вопросы авторитета и одобрения, из чего можно сделать вывод, что для россиян вопросы доверия чаще всего основываются на личных качествах акторов. Однако в контексте политических институтов доверие упоминается также в значении признания, что может означать, что политические акторы нуждаются в легитимации. В предвыборный период снижается значимость личного авторитета, но повышается значимость признания, что может указывать на запрос на общественное согласие.

Итак, представленный анализ позволяет предположить, что применение корпусного контент-анализа позволит повысить объективность и валидность исследований уровня общественного доверия в различных текстовых массивах. Учет временных рамок позволяет выявить изменение частоты и смысловой нагрузки применения категории, что может свидетельствовать об изменении актуальности изучения социальных проблем.