

УДК 008

DOI: 10.34670/AR.2023.98.84.027

Статика и динамика социального пространства в процессе смены социальных настроений (на примере жителей Санкт-Петербурга)

Чижик Анна Владимировна

Кандидат культурологии,
старший научный сотрудник,
Центр технологий электронного правительства,
Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет
информационных технологий, механики и оптики;
доцент кафедры информационных систем в искусстве
и гуманитарных науках,
199034, Российская Федерация, Санкт-Петербург,
Университетская наб., 7-9;
e-mail: afrancuzova@mail.ru

Садохин Александр Петрович

Доктор культурологии, профессор,
эксперт Центра технологий электронного правительства,
Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет
информационных технологий, механики и оптики,
199034, Российская Федерация, Санкт-Петербург, Биржевая линия, 14А;
e-mail: sadalpetr@yandex.ru

Исследование выполнено при поддержке Российского научного фонда и Санкт-Петербургского научного фонда, грант № 23-28-10069 «Прогнозирование социального самочувствия с целью оптимизации функционирования экосистемы городских цифровых сервисов Санкт-Петербурга» (<https://rscf.ru/project/23-28-10069/>).

Аннотация

В статье рассматривается категория социальной динамики. Авторы анализируют феномен социального пространства, привязывая его к пространственно-временным координатам. На основе ряда философских теорий делается вывод о том, что трансформация социального пространства происходит под влиянием коммуникативного пространства, создаваемого медиа. В статье приводится декомпозиция понятия медиа, а также утверждается тезис о том, что повестка в СМИ и социальное настроение общества имеют взаимосвязь. Однако в условиях становления информационного общества взаимодействие индивидов и информации происходит нелинейно, а большую роль в формировании социального настроения играют социальные сети. В статье приводятся результаты экспериментов по проверке теоретических гипотез: анализируется информационное поле Санкт-Петербурга и реакция горожан на новостную повестку, транслируемую через СМИ. В будущем предстоит проанализировать, может ли новостная повестка и эмоциональная степень онлайн-дискуссий вокруг нее формировать социальные

настроения в оффлайн-среде. На данный момент можно однозначно сделать вывод о том, что региональная повестка оказывает достаточно серьезное влияние на горожан, приводя в движение интернет-общение, а значит, объединяя социальную группу вокруг эмоционального состояния. Также следует отметить, что активность позиционирования новости в СМИ не влияет на значимость этой новости в восприятии индивидов. По схеме дискуссий видно, что социальная группа сама модерирует важность новостей. Таким образом, воздействуя на социальные настроения индивидов, СМИ, тем не менее, не могут задавать тенденции в восприятии городской среды.

Для цитирования в научных исследованиях

Чижик А.В., Садохин А.П. Статика и динамика социального пространства в процессе смены социальных настроений (на примере жителей Санкт-Петербурга) // Культура и цивилизация. 2023. Том 13. № 9А. С. 227-239. DOI: 10.34670/AR.2023.98.84.027

Ключевые слова

Социальные сети, социальное пространство, социальная динамика, анализ текстов, анализ тональности.

Введение

Человеческое общество представляет собой систему, которая развивается под влиянием различных факторов, действующих на нее и тем самым изменяющих ее во времени. Самое простое из возможных определений общества гласит, что оно есть совокупность людей, объединенных способом производства материальных благ и производственными отношениями на определенной ступени исторического развития. Из этого следует, что есть периоды существенной трансформации социокультурного ландшафта под влиянием изменения структуры общества, иными словами, социальной динамики. Значит, у общества есть и противоположное состояние – социальная стагнация. Необходимо понимать, что, рассматривая такую биполярную пару, речь идет о макроуровне, и только в рамках такого уровня обобщения общества можно говорить о периодах статики и динамики. Стоит отметить, что социальная стагнация – не отрицательный антипод развития, такая фаза без дополнительных описательных уточнений говорит только о том, что присутствующие в обществе институты устойчивы в моменте, о котором идет речь.

Впервые над нестатичностью общества задумался Платон, которому принадлежит идея круговорота форм правления [Комарова, 1969]: он выделил пять видов государственного устройства и заметил их склонность к последовательной смене друг друга. Платон описывал не прямолинейный, а циклический закон смены государственных устройств, где каждая форма правления закономерно вытекает из предыдущей, образуя нисходящий ряд от лучшего к худшему [Лосев, 1977]. Общий итог идей античности, которые описывали социальную динамику общества, подвел неоплатоник Прокл [Proclus, 2013]: «Время не подобно прямой линии, оно ограничено и описывает окружность. Движение времени соединяет конец с началом, и это происходит бесконечное число раз».

Для дальнейшего анализа понятия социальной динамики необходимо дополнить модель цикла категорией линейности, попытавшись и ее применить к описанию процесса изменения общества. Важно выделить образ «стрелы времени», который появился в Средние века. Это

понятие закладывает идейные основы необратимости времени и позволяет перейти к предположению, что социальная динамика – это не движение по кругу, а движение вперед [Гусева, 2005]. Так на первый план выходит связь времени с памятью и идеями, что характеризует социальную динамику с точки зрения процесса, зависящего от прогресса как феномена, агрегирующего комплекс событий, изменяющих мир на макроуровне. Эволюционизм сохранился и в более светских концепциях. Возникло сочетание поступательности и цикличности, что нашло отражение в метафоре спирали: оборот по кругу происходит с шагом в некотором направлении, вектор которого является поступательным движением в целом (как в случае «стрелы времени»), но вокруг него разворачивается некая цикличность.

Г. Гегель обосновал спиралеобразную модель развития общества [Гегель, 2022]. Он выдвинул гипотезу о том, что противоречия являются источниками развития, каждый последующий шаг делается за счет отрицания предыдущего опыта, а движение вперед – это в первую очередь движение от «противного». Таким образом, в определенный исторический момент старые стимулы прогресса истощаются и перестают быть опорой развития, именно тогда общество входит в режим статики. Однако обществу характерно существовать в дуальности, а это значит, что спираль представляет идею бесконечного повторения исторического процесса: общество с определенной дискретностью сталкивается с противоречиями, которые обуславливают катализацию динамики; в этот момент происходит смещение плоскости цикла на уровень вниз или вверх по «стреле времени». Стоит отметить, что такое представление истории обосновывает внешнюю похожесть точек, в которых общество испытывает потребность в трансформации, и их внутреннее принципиальное отличие с точки зрения социальных контекстов, приводящих социокультурный слой в движение.

Подводя промежуточный итог, необходимо дать определение трансформации как репрезентативного описания сущности социальной динамики. Трансформация – это структурно-функциональное изменение, которое в ряде исследований характеризуется как движение с переменным вектором. Это означает наличие сил, которые формируют направления движения, а также предполагает, что трансформация может быть промежуточной фазой полной цикла. Силы действуют по-разному в каждом векторе приложения, значит, быстро меняют направление, и пока этот процесс не завершится очень трудно выйти на фазу развития.

Стоит отметить, что социальное развитие – направленный процесс, но его направление может быть разным: прогресс и регресс. Можно выделить ряд критериев, которые характеризуют идеальное направление трансформации общества, через них определяется прогресс. В зависимости от того, в какую сторону движется общество относительно желаемой (идеальной) цели, можно судить о регрессивных или прогрессивных процессах.

Очевидно, что, как и любой процесс, связанный с изменениями во времени, социальная динамика может характеризоваться через движущую силу, в данном случае речь идет о субъекте и объекте.

В первую очередь интерес представляют объективистские теории, а внутри них тезис о том, что переход общества на следующий этап развития происходит или в результате эволюции развития материального производства (К. Маркс) [6,7], или в результате динамики ценностей (М. Вебер) [Вебер, 2012].

Отмеченные теории являют собой противостояние идеалистической и материалистической концепции, однако ценны обе мысли. Так, примкнув к концепции сочетания эволюционных и революционных изменений, которая базируется на диалектике Г. Гегеля [Гегель, 2022], можно

сделать вывод, что любое развитие связано с наличием двух (или более) противоборствующих сил, которые в антагонизме создают предпосылки для развития, и при этом они едины, потому что одна без другой существовать не может. Второй знаменитый закон гегелевской диалектики (закон перехода количества в качество) обеспечивает правомерность еще одного тезиса: если нарастает количество некоторых объектов или явлений, то в какой-то момент создается новое качество, которое уже не сводится к предыдущим вариантам. Абстрактность этого тезиса можно конкретизировать, прибегнув к философской концепции И. Пригожина [Пригожин, 1991]. По его мнению, есть некоторое движение, которое происходит в эволюционном порядке, затем происходит некоторая остановка, достигается точка бифуркации (бифуркация – это идейная развилка, которая может дать два направления дальнейшего развития). В этой точке возникает неопределенность, которая заканчивается скачкообразным переходом в одно из нескольких вероятных состояний. Именно эта теория приближает к наиболее привычной, волнообразной, визуализации социодинамики и дает возможность обратиться к теории трех волн развития цивилизации Э. Тоффлера [Тоффлер, 2002]. Тоффлер устанавливает рамки своего анализа стадий человеческого развития, изучая изменения и основные силы, которые привели к ним. Исследование приводит его к тезису о том, что эти изменения являются частью революционного процесса, который он метафорически назвал сталкивающимися «волнами» изменений при создании новой цивилизации, которая «...бросает вызов всем нашим старым предположениям».

Соотношение терминов «социальное самочувствие» и «социальное настроение» при анализе динамики трансформации общества

Следовательно, существует множество подходов к анализу социальной динамики как фактора, формирующего социокультурную среду, и, необходимо отметить, что у всех теорий есть объединяющее звено: очевидно, что трансформация (или, точнее, ее характер) социального среза зависит от социального самочувствия индивидов. Исследование социального самочувствия общества [Ядов, 1995] и составляющих его отдельных социальных групп, является одним из главных аспектов социокультурного анализа, так как позволяет оценить изменения общественного сознания, которое, в свою очередь, приводит в движение трансформацию социальной структуры общества. Стоит, однако, отметить, что сама по себе категория социального самочувствия, которая в научных исследованиях четко выделилась в отдельный термин в 70-х годах XX века, статична, так как в ней заложена попытка фиксации текущего состояния. Соответственно, она не может являться репрезентативной единицей анализа динамики. Близкое по значению понятие, «социальное настроение» [Поршнев, 1966], вошло в категориальный аппарат философов и психологов в 60-х годах XX века. Настроение по своей идейной сути может описывать процесс социальной динамики за счет реактивности, которая заложена в сам термин (предполагающий прогностическую диагностику развития процесса). Поэтому интересным представляется соединение этих категорий в контуре общего прикладного исследования.

Роль медиа в формировании социальной реальности

Анализ роли СМИ и социальных медиа в формировании социальной реальности необходимо проводить с учетом социально-пространственных координат и коммуникативных возможностей виртуальной реальности. Время является категорией, которая упорядочивает

реальность для отдельных людей и всего общества, а вопросами пространственных координат занимались Г. Зиммель и П. Сорокин, а позднее – П. Бурдьё, Б. Верлен, Г. Лефевр и М. Фуко.

По мнению немецкого социолога Г. Зиммеля, социальное пространство – это сфера взаимодействия и отношений между людьми [Зиммель, 2022]. Оно определяется правилами, нормами, ценностями и социальными институтами, которые регулируют поведение и взаимодействие людей в данном пространстве. Зиммель утверждал, что социальное пространство основано на взаимной зависимости и взаимодействии людей, и они влияют друг на друга в процессе социальной коммуникации. Он считал, что каждое социальное пространство имеет свои специфические особенности и требует адаптации и взаимодействия со стороны человека. Поэтому мы можем заключить, что социальное пространство включено в систему социальной географии, экономики и философии.

П. Бурдьё указывает, что социальное пространство конструируется ансамблем подобных полей, а также обращает внимание на его структурность [Бурдьё, 1995]: «Структура социального пространства проявляется, таким образом, в самых разнообразных контекстах как пространственные оппозиции обитаемого (или присвоенного) пространства, функционирующего как некая спонтанная метафора социального пространства». Из этого можно сделать вывод, что коммуникативная функция возлагается на символические системы: язык, искусство и религию. Для информационного общества к этим системам также можно отнести дискурсивные практики медиа. При этом необходимо отметить, что в текущей формации информационно-коммуникативного пространства под медиа необходимо понимать три сущности: новые медиа, социальные медиа и классические формы СМИ.

Как отмечал П. Бурдьё, индивиды стремятся к формированию «системы прочных приобретенных предрасположенностей» [Бурдьё, 2007], что дает возможность в социальных практиках закоммутировать прошлое, настоящее и будущее в единую нить. Такая система формируется под влиянием характера социальной среды. С этих позиций роль медиа заключается в том, что они являются механизмом, движущей силой, формирующей мировоззрение общества. Значит, независимо от потребностей, существующих в настоящем, формирование социокультурного пространства происходит за счет воспроизведения прошлых структурированных практик, включения их в настоящее. Бурдьё обращал внимание, что для медиа характерно наличие функции символического насилия и навязывания своих требований другим полям, в том числе полю культурного производства.

К анализу феномена социального пространства также обращался Г. Лефевр. Он отмечал, что социальное пространство структурно имеет вид системы ценностей и концептов, которая непрерывно модифицируется, влияя на восприятие окружающего мира индивидами, и оказывая влияние на производство пространственных отношений [Лефевр, 2015]. Ученый формулирует мысль о том, что пространство «воздействует на процессы, от которых не может отделить себя, поскольку является их продуктом» [Лефевр, 2002].

Таким образом, пространство как объект приобретает три основных ипостаси: физическую (пространство, которое воспринимается человеком), ментальную и социальную. Создание социального пространства без производства невозможно, так как оно является следствием последовательности действий. Ученый отмечает, что «пространство, являясь результатом действий, совершенных в прошлом, само позволяет действиям происходить, побуждая их или запрещая».

Концепция Б. Верлена помогает декомпозировать социальное пространство на абсолютную (пространство является безотносительным), реляционную (пространство зависит от тел,

перемещающихся в нем) и эпистемологическую (пространство является доопытным представлением) позиции [19]. Ученый является идейным оппонентом теории Г. Лефевра, так как склоняется к мысли, что превращение «пространства» в причину действий приводит к ошибкам в расчетах. В то же время Б. Верлен соглашается с Г. Лефевром в следующем: «Смысловой контекст социального мира можно уловить лишь, если мы будем рассматривать деятельность членов общества как интенциональную, а не просто как «реакции» на стимулы. Теория действия предоставляет для этого понятийный аппарат» [Верлен, 2001].

М. Фуко в своих исследованиях фокусировался на специфике конструирования «социального поля» [Фуко, 1977]. Он определяет три типа моделей познания в гуманитарном дискурсе: биологическую, экономическую, языковую проекции. Биологическая проекция предполагает реакцию на раздражения, которые определяют поиск определенных условий существования. Они могут быть как физиологические, так и социальные, культурные и т.д. Социальные коммуникации представляются весомым раздражителем, так как на языковом уровне происходит формирование смыслов и их выражение в различных системах символов, включая ритуалы, привычки, речь. Таким образом, в реальности информационного общества, в котором многие виды активности имеют свое начало в виртуальной реальности (социальных и новых медиа), именно коммуникативный контекст задает степень участия индивида в ситуации конфликта, а также обозначения совокупности установленных правил. Также представляется важным анализ социопрозрастного компонента.

На данном этапе развития общества нельзя свести социальное пространство к физическому пространству социума, так как оно детерминировано человеческой субъективностью и социальными коммуникациями. Среди видов социальных коммуникаций наиболее важный вид – медиакommunikации. К ним относят разновидности такого медиаобщения, которое по своей природе является массовым. Профессионализируясь и институализируясь, оно обеспечивает коммуникации между производителем массово-коммуникационного продукта и его потребителем. В этом случае медиакультура является необходимой составляющей медиакommunikации.

Итак, очевидным становится утверждение, что медиа меняют свои социопрозрастные координаты в условиях стремительного развития технологий и активного поиска новых технологических и гуманитарных решений коммуникативных задач. Освоение социокультурного пространства в медиа происходит в системе поисков новых смыслов, которые получают развитие в современных идеологиях, например, глобализации. Медийные репрезентации пространств, в том числе социального, происходят в контексте формирования национальных картин мира и социального конструирования. Социальное пространство как метасистема является продуктом деятельности человека, освоение социального пространства масс-медиа, оценка в его дискурсе социальных объектов, их статусов, а также социальных практик и перемещения смыслов является конкретно-научной задачей. Значит, анализ объективных показателей пространственно-временных связей в медийном дискурсе является перспективным направлением исследования коммуникативных возможностей медиа.

Поскольку большая часть социальной реальности находится за пределами повседневной жизни человека, а индивидам необходимо сформировать собственное отношение к проблемам социального, политического и культурного характера, тем самым войдя в ту или иную социальную группу, то медиа, в совокупности каналов коммуникации, на данный момент стали основным инструментом подключения к контекстам и социальной действительности. Это означает, что существует три основных источника информации: СМИ (сайт как их основной

коммуникационный канал), социальные сети в формате коммуникации «один ко многим» (посты СМИ в социальных сетях, публикации лидеров мнений и т. д.) и общение частных лиц (формы общения «один-к-одному» и «многие-ко-многим», например, репост новости в личное сообщение или сообщение в чатах).

Очевидно, что информационный повод достаточно быстро перетекает из одного канала коммуникации в другой, при этом «обрастает» новыми подробностями и постепенно теряет свой нейтральный контекст (даже если изначально новость позиционировалась без притяжения именно в такой форме). Наиболее активное обсуждение информационных поводов (а зачастую и первое взаимодействие с информацией) происходит в социальных сетях в связи с удобством коммуникативного акта с их использованием. В таких условиях индивид не может оценить информацию на предмет достоверности, а значит, находится в режиме доверия или недоверия своему источнику информации. Следовательно, основная цель получения информации перемещается из когнитивной в эмоциональную сферу: получая новости, пользователь в социальных сетях должен быстро решить, какую позицию он займет в обсуждении. Следует отметить, что категория «обсуждение» при получении информации подразумевает возможность стать пассивным актором коммуникации (то есть не высказывать мнения, или высказывать его невербальным способом). Однако социальные сети провоцируют человека на ответ (в том числе на публичное выражение мнения, если речь идет о дискуссии в открытом пространстве: чате, группе или публице). Следовательно, проекция версии реальности в сознании индивидов перемещается от средств массовой информации (как это было на предыдущем этапе постиндустриального общества) к социальным группам с их публичной деятельностью в виртуальной реальности. Это означает, что сложные социальные явления окружены системой ассоциаций и стереотипов благодаря коммуникативному действию, происходящему в онлайн-среде.

Исходя из основных моделей коммуникации в рамках социальных медиа, очевидно, что отправной точкой формирования эмоционального поля вокруг социального пространства является индивидуальная эмоциональная реакция (индивидуальное настроение). Без поддержки социальной группы она оказывается быстро угасающим явлением, не влияющим на социокультурные тенденции общества. Однако в тот момент, когда индивид получает одобрение со стороны окружающей его социальной группы, формируются устойчивые суждения. Маркером успешной интеграции индивидуального мнения в социальную группу является социальное настроение. Б. Поршнев отмечал, что оно, будучи целым, образованным из индивидуальных настроений, характеризует общество во всем его многообразии [Поршнев, 1966; Мамардашвили, 1990].

Социальное настроение представляет собой эмоциональное отношение к тому, что стоит на пути человека, что мешает ему или, наоборот, способствует достижению цели [Munné, 1994]. Таким образом, настроение имеет субъект и объект [Мамардашвили, 1990]. Это означает, что возможны две ситуации: 1) индивид, получая информацию из доступного источника, стремится передать ее своей социальной группе, наделяя ее маркером своего отношения; 2) индивид является созерцателем мнений социальной группы (или нескольких групп и нескольких мнений) по поводу информационного повода и решает, присоединиться ли к нему, вступая в диалог.

Значит, корень возникновения социального настроения можно обнаружить в онлайн-среде, а именно во взаимодействии информационных поводов, транслируемых СМИ. Дальнейшая реакция общества рождается в публичном диалоге индивидов друг с другом. Таким образом, возникает гипотеза о том, что актуальная повестка социальной группы должна отличаться от

той, что позиционируется СМИ.

Ниже представлен анализ дискуссий в социальных сетях (переписка пользователей в публичном Telegram-чате за годовой цикл, с 1 мая 2022 г. по 19 мая 2023 г.), которые представляются репрезентативной реакцией на региональную новостную повестку, формируемую СМИ. Для выявления основных тем, позиционирующихся со стороны СМИ, за указанный период был собран специальный набор данных из социальной сети ВКонтакте, состоящий из постов, опубликованных на странице официального аккаунта «телеканал Санкт-Петербург». Следует отметить, что было взято только одно СМИ, так как целью был сбор информационной повестки региона, которая бы стабильно транслировалась через социальные сети и не содержала шума в виде федеральных новостей. Для этого вполне подошел главный региональный телеканал. Увеличение количества СМИ не привело бы к большей репрезентативности данных.

Интересны в первую очередь переживания событий и размышления над ними, а не первый эмоциональный импульс, полученный при восприятии информационного сообщения. Поэтому набор данных, состоящий из диалогов, собирался не под постами в СМИ (что тоже было возможно), а в нейтральном пространстве (в соседней социальной сети Telegram). Результатом такого анализа является попытка оценить потенциал онлайн-среды как публичного поля для спонтанных разговоров и дискуссий с точки зрения ее функциональной значимости в формировании социальной интеграционной структуры.

Данные

Для эксперимента была собрана коллекция новостных сообщений, опубликованных на официальной странице телеканала «Санкт-Петербург» в социальной сети «ВКонтакте» за период с 1 мая 2022 года по 19 мая 2023 года. Общее количество слов в собранном наборе данных – 141 960, среднее количество слов в одном посте – 41.

Основной целью исследования было выявление корреляции между новостной повесткой, которую позиционируют СМИ, и формирующимся в обществе социальным настроением, поэтому был собран еще один набор данных за тот же период времени, который выявил наличие дискуссий в социальных сетях по основным темам, которые удалось автоматическими методами уловить в первом наборе данных как ключевые за заявленный период. Источником для второго набора данных стал публичный Telegram-чат «Чат Фонтанки». Участники этого чата обсуждают текущие городские события на фоне официальных новостей, высказывая свою позицию (и выводы) и дополнительно освещая тему (приводя новые факты). В чате состоит 5 339 пользователей, из них 51,6% женщины, 48,4% мужчины; в среднем участники обмениваются 2 743 сообщениями в день. Пользователи наиболее активны в 12:00 и после 20:00. Этот набор данных включил 3 353 156 слов, среднее количество слов в одном сообщении – 13. Формат датасет – текст и дата его публикации (таким образом, он технически сопоставим с первым).

Метод и результаты эксперимента

На первом этапе исследования нам нужно было проанализировать набор данных с новостными постами. Стоит отметить, что собранный датасет содержал короткие тексты примерно одинаковой длины. Это означало, что мы не могли использовать наиболее распространенный метод векторизации текста (TF-IDF) [Ramos, 2003]. В связи с этим была

использована BoW-модель (модель мешка слов) [Abubakar, Umar, Bakale, 2002]. Так мы получили терм-документную матрицу, где каждая строка соответствовала новостному посту, а каждый столбец – отдельному слову. Текстовые данные были предварительно обработаны по стандартной схеме: производилась токенизация, лемматизация, а также удаление спецсимволов, ссылок и знаков препинания. Стоп-слова (например, предлоги и союзы) были удалены из набора данных, чтобы обеспечить большую репрезентативность векторизации. Далее тексты были векторизованы с помощью CountVectorizer (библиотека scikit-learn).

Тексты из первого набора данных (новостные посты) изучались методом тематического моделирования. В качестве алгоритма был выбран LDA [Blei, Ng, Jordan, 2003], так как он хорошо выявляет закономерности в коротких текстах. Он применялся с использованием библиотеки scikit-learn. Вычисление argmax для каждого новостного поста в результирующей матрице дало возможность отсортировать тематические прогнозы для всех объектов выборки. Отображение кластеров в двумерном пространстве (рис. 1) показывает, что LDA действительно хорошо справился с поставленной задачей: тематические кластеры четко отделены друг от друга, и каждая тема разбита на почти непрерывные области.

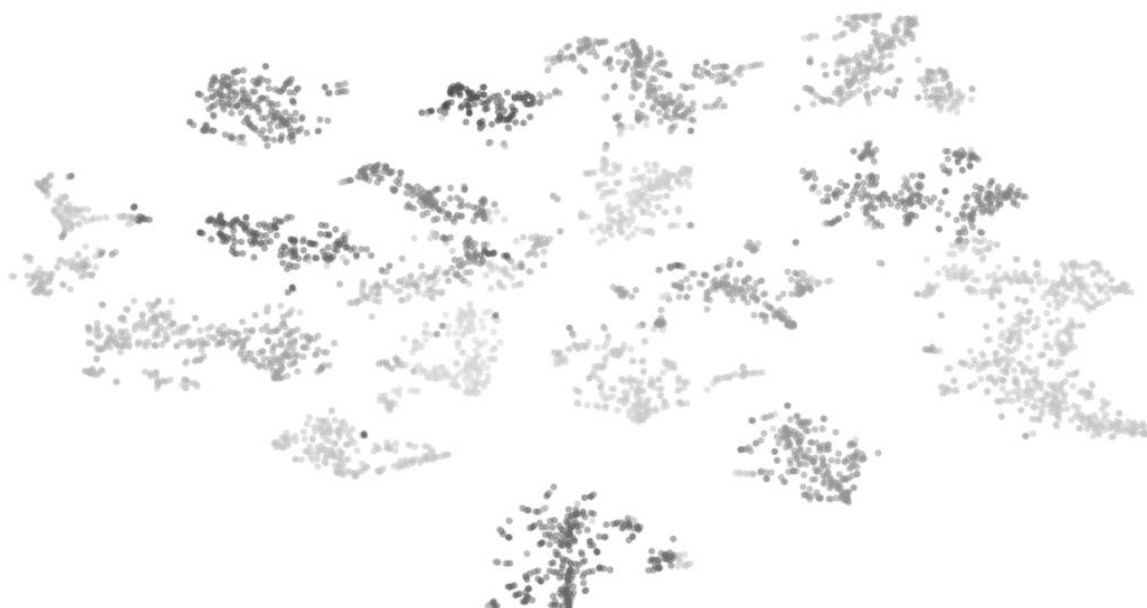


Рисунок 1 - Тематические кластеры (LDA)

В каждой выявленной теме были найдены наиболее часто встречающиеся слова (для облегчения дальнейшей интерпретации) с целью поиска начала дискуссий пользователей по этим темам во втором наборе данных (сообщения в Telegram-чате).

На заключительном этапе исследования первого набора данных были определены 6 наиболее популярных тем. Для этого каждая тема, обнаруженная алгоритмом LDA, была проанализирована с точки зрения количества упоминаний в СМИ (с использованием возможностей RSS-файла новостного сервиса Google).

Далее мы обратились ко второму набору данных, чтобы выявить динамику обсуждений в чате Telegram на темы, которые позиционировались СМИ как важными, то есть смыслообразующими для текущей повестки региона. Поиск начала обсуждения осуществлялся по ключевым словам, выбранным на предыдущем этапе.

Стоит отметить, что мы отслеживали взаимное упоминание пользователей (теги) и наличие ключевых слов в их сообщениях для того, чтобы определять контекст ветки обсуждения темы и детектировать окончание беседы. В результате получили следующую статистику – Рис.2.

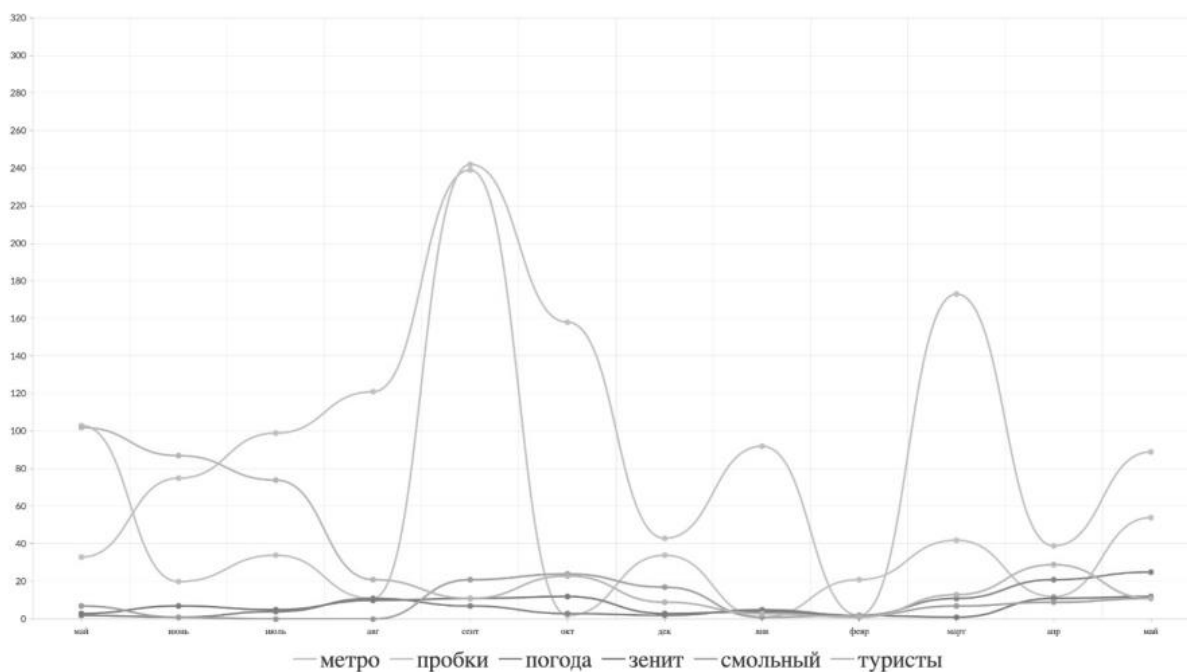


Рисунок 2 - Активность дискуссии по наиболее освещаемым в СМИ темам; слева направо: метро, пробки, Zenit (футбольная команда), Смольный (администрация города), туристы

Как видно из диаграммы, жизненный цикл обсуждения новостей имеет каскадный вид. В среднем интерес к информации выражается каскадом из 5 волн, следующих друг за другом и составляющих суммарный недельный цикл. Люди пишут около 20 комментариев в день на темы, которые их эмоционально задевают. На графике видны три пиковые точки внимания: тема пробок с точкой особого внимания в сентябре, тема метро с двумя точками внимания в сентябре и марте. Если снова обратиться к анализу новостных сообщений, то окажется, что это время, когда в СМИ анонсировались ремонтные работы и изменение маршрутов. Как видно из визуальной статистики, жизненный цикл обсуждения информационного повода в данном случае проходит трансформацию в пределах месяца с явными признаками (видны на графике) становления темы и угасания интереса. Среднее количество комментариев в день к этим новостям – 50.

Интересно и то, что, несмотря на очень активное освещение в СМИ деятельности администрации города и новостей туризма в регионе, жители мало интересовались этими темами в формате обсуждения: активность этих дискуссий стремится к нулю. Впрочем, стоит отметить, что вопреки стереотипному мнению о приверженности петербуржцев футбольной теме, новости о команде «Зенит» широкую публику к дискуссии не побудили.

На следующем этапе исследования мы провели анализ тональности комментариев с помощью библиотеки Dostoevsky (язык программирования python), обученной на наборе данных RuSentiment [Rogers et al., 2018]. Это дало возможность оценивать сообщения пользователей по 3 классам: негативные, нейтральные, позитивные. Выяснилось, что вне пиков

повышенного внимания к теме тональность тяготеет к нейтральности. В то время как при повышенном внимании к информационному поводу тональность сообщений пользователей притягивается к негативной коннотации. Следовательно, чем активнее социальная группа реагирует на новостную повестку, тем агрессивнее становятся социальные настроения, по крайней мере, в виртуальной реальности.

Заключение

В будущем предстоит проанализировать, может ли новостная повестка и эмоциональная степень онлайн-дискуссий вокруг нее формировать социальные настроения в оффлайн-среде. На данный момент можно однозначно сделать вывод о том, что региональная повестка оказывает достаточно серьезное влияние на горожан, приводя в движение интернет-общение, а значит, объединяя социальную группу вокруг эмоционального состояния. Также следует отметить, что активность позиционирования новости в СМИ не влияет на значимость этой новости в восприятии индивидов. По схеме дискуссий видно, что социальная группа сама модерирует важность новостей. Таким образом, воздействуя на социальные настроения индивидов, СМИ, тем не менее, не могут задавать тенденции в восприятии городской среды. Наоборот, индивиды, объединяясь в дискуссиях, создают вектор восприятия городских событий и социального пространства посредством циркулярных реакций, так как вовлекаемость пассивных акторов в дискуссию показывает, что нарастание негативных коннотаций зависит от активности собеседников.

Библиография

1. Бурдые П. Социология социального пространства. СПб, 2007. С. 49-51.
2. Бурдые П. Структуры, habitus, практики. Современная социальная теория: Бурдые, Гидденс, Хабермас. Новосибирск, 1995. С. 20-24.
3. Вебер М. Избранное: образ общества. 2012. 767 с.
4. Верлен Б. Общество, действие и пространство. Альтернативная социальная география // Социологическое обозрение. 2001. Т. 1. № 2. С. 42-49.
5. Гегель Г. Лекции по истории философии. Litres, 2022. 160 с.
6. Гегель Г. Наука логики. Litres, 2022. 900 с.
7. Гусева Е.А. и др. История философии. М.: Академический Проект, 2005. 680 с.
8. Зиммель Г. Избранное. Философия культуры. Litres, 2022. 680 с.
9. Комарова В.Я. К текстологическому анализу античной философии. Л., 1969. 88 с.
10. Лефевр А. Производство пространства // Социологическое обозрение. 2002. № 3. Т. 2. С. 25-27.
11. Лефевр А. Производство пространства. М., 2015. 432 с.
12. Лосев А.Ф. Античная философия истории. М.: Наука, 1977. С. 208.
13. Мамардашвили М.К. Превращенные формы // Как я понимаю философию. М.: Прогресс, 1990. С. 315-328.
14. Маркс К. Капитал. Том третий. Litres, 2022. 1520 с.
15. Маркс К.Г. Экономическо-философские рукописи 1844 г. Litres, 2023. 210 с.
16. Поршнева Б.Ф. Социальная психология и история. М.: Рипол Классик, 1966. 212 с.
17. Пригожин И. Философия нестабильности // Вопросы философии. 1991. Т. 6. С. 46-52.
18. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2002. 345 с.
19. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. М., 1977. 407 с.
20. Ядов В.А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности // Мир России. Социология. Этнология. 1995. Т. 4. № 3-4. С. 158-181.
21. Abubakar H.D., Umar M., Bakale M.A. Sentiment Classification: Review of Text Vectorization Methods: Bag of Words, Tf-Idf, Word2vec and Doc2vec // SLU Journal of Science and Technology. 2022. Vol. 4. № 1&2. P. 27-33.
22. Blei D., Ng A., Jordan M. Latent Dirichlet allocation // Journal of Machine Learning Research. 2003. 3. P. 993-1022.
23. Munné F. La psicología social com a ciènciateòrica. Barcelona: PPU, 1994. 256 p.
24. Proclus. Commentary on Plato's Timaeus: Volume 5, Book 4. Cambridge University Press, 2013. 355 p.

25. Ramos J. et al. Using tf-idf to determine word relevance in document queries // Proceedings of the first instructional conference on machine learning. 2003. Vol. 242. № 1. P. 29-48.
26. Rogers A. et al. RuSentiment: An enriched sentiment analysis dataset for social media in Russian // Proceedings of the 27th international conference on computational linguistics. 2018. P. 755-763.

Statics and dynamics of social space in the process of changing social moods (using the example of residents of St. Petersburg)

Anna V. Chizhik

PhD in Cultural Studies,
Senior Researcher of e-Government Technology Center,
Saint Petersburg National Research University
of Information Technology, Mechanics and Optics;
Associate Professor of the Department of Information Systems
in Art and Humanities,
Saint Petersburg State University,
199034, 7-9, Universitetskaya emb., Saint Petersburg, Russian Federation;
e-mail: afrancuzova@mail.ru

Aleksandr P. Sadokhin

Doctor of Cultural Studies, Professor,
Expert of e-Government Technology Center,
Saint Petersburg National Research University
of Information Technology, Mechanics and Optics,
199034, 14A, Birzhevaya line, Saint Petersburg, Russian Federation;
e-mail: sadalpetr@yandex.ru

Abstract

The article examines the category of social dynamics. The authors analyze the phenomenon of social space, linking it to spatiotemporal coordinates. The transformation of social space occurs under the influence of the communicative space created by the media. The article provides a decomposition of the concept of media, and also asserts the thesis that the agenda in the media and the social mood of society are interconnected. However, in the context of the emergence of the information society, the interaction of individuals and information occurs nonlinearly, and social networks play a large role in the formation of social mood. The article presents the results of experiments to test theoretical hypotheses: the information field of St. Petersburg and the reaction of citizens to the news agenda broadcast through the media are analyzed. In the future, it will be necessary to analyze whether the news agenda and the emotional level of online discussions around it can shape social moods in the offline environment. The regional agenda has a fairly serious impact on citizens, setting in motion online communication, and, therefore, uniting a social group around an emotional state. It should also be noted that the activity of positioning news in the media does not affect the significance of this news in the perception of individuals. The pattern of discussions shows that the social group itself moderates the importance of news. Thus, while influencing the

social moods of individuals, the media, however, cannot set trends in the perception of the urban environment.

For citation

Chizhik A.V., Sadokhin A.P. (2023) Statika i dinamika sotsial'nogo prostranstva v protsesse smeny sotsial'nykh nastroyenii (na primere zhitelei Sankt-Peterburga) [Statics and dynamics of social space in the process of changing social moods (using the example of residents of St. Petersburg)]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 13 (9A), pp. 227-239. DOI: 10.34670/AR.2023.98.84.027

Keywords

Social networks, social space, social dynamics, text analysis, sentiment analysis.

References

1. Abubakar H.D., Umar M., Bakale M.A. (2022) Sentiment Classification: Review of Text Vectorization Methods: Bag of Words, Tf-Idf, Word2vec and Doc2vec. *SLU Journal of Science and Technology*, 4, 1&2, pp. 27-33.
2. Blei D., Ng A., Jordan M. (2003) Latent Dirichlet allocation. *Journal of Machine Learning Research*, 3, pp. 993-1022.
3. Bourdieu P. (2007) *Sotsiologiya sotsial'nogo prostranstva* [Sociology of social space]. St. Petersburg.
4. Bourdieu P. (1995) *Struktury, habitus, praktiki. Sovremennaya sotsial'naya teoriya: Burd'e, Giddens, Khabermas* [Structures, habitus, practices. Modern social theory: Bourdieu, Giddens, Habermas]. Novosibirsk.
5. Foucault M. (1977) *Slova i veshchi. Arkheologiya gumanitarnykh nauk* [Words and things. Archaeology of the Humanities]. Moscow.
6. Guseva E.A. et al. (2005) *Istoriya filosofii* [History of philosophy]. Moscow: Akademicheskii Proekt Publ.
7. Hegel G. (2022) *Lektsii po istorii filosofii* [Lectures on the history of philosophy]. Litres.
8. Hegel G. (2022) *Nauka logiki* [Science of Logic]. Litres.
9. Komarova V.Ya. (1969) *K tekstologicheskomu analizu antichnoi filosofii* [Towards a textual analysis of ancient philosophy]. Leningrad.
10. Lefebvre H. (2002) Proizvodstvo prostranstva [The production of space]. *Sotsiologicheskoe obozrenie* [Sociological Review], 3, 2, pp. 25-27.
11. Lefebvre H. (2015) *Proizvodstvo prostranstva* [The production of space]. Moscow.
12. Losev A.F. (1977) *Antichnaya filosofiya istorii* [Ancient philosophy of history]. Moscow: Nauka Publ.
13. Mamardashvili M.K. (1990) Prevrashchennyye formy [Transformed forms]. In: *Kak ya ponimayu filosofiyu* [How I understand philosophy]. Moscow: Progress Publ.
14. Marx K. (2023) *Ekonomicheskoe-filosofskie rukopisi 1844 g.* [Economic and philosophical manuscripts of 1844]. Litres.
15. Marx K. (2022) *Kapital. Tom tretii* [Capital. Volume three]. Litres.
16. Munné F. (1994) *La psicologia social com a ciènciateòrica*. Barcelona: PPU.
17. Porshnev B.F. (1966) *Sotsial'naya psikhologiya i istoriya* [Social psychology and history]. Moscow: Ripol Klassik Publ.
18. Prigozhin I. (1991) Filosofiya nestabil'nosti [Philosophy of instability]. *Voprosy filosofii* [Questions of philosophy], 6, pp. 46-52.
19. Proclus (2013) *Commentary on Plato's Timaeus: Volume 5, Book 4*. Cambridge University Press.
20. Ramos J. et al. (2003) Using tf-idf to determine word relevance in document queries. *Proceedings of the first instructional conference on machine learning*, 242, 1, pp. 29-48.
21. Rogers A. et al. (2018) RuSentiment: An enriched sentiment analysis dataset for social media in Russian. In: *Proceedings of the 27th international conference on computational linguistics*.
22. Simmel G. (2022) *Izbrannoe. Filosofiya kul'tury* [Selected works. Philosophy of culture]. Litres.
23. Toffler E. (2002) *Tret'ya volna* [The Third Wave]. Moscow: AST Publ.
24. Verlaine B. (2001) Obshchestvo, deistvie i prostranstvo. Al'ternativnaya sotsial'naya geografiya [Society, action and space. Alternative social geography]. *Sotsiologicheskoe obozrenie* [Sociological Review], 1, 2, pp. 42-49.
25. Weber M. (2012) *Izbrannoe: obraz obshchestva* [Selected works: the image of society].
26. Yadov V.A. (1995) Sotsial'nye i sotsial'no-psikhologicheskie mekhanizmy formirovaniya sotsial'noi identichnosti lichnosti [Social and socio-psychological mechanisms of formation of a person's social identity]. *Mir Rossii. Sotsiologiya. Etnologiya* [World of Russia. Sociology. Ethnology], 4, 3-4, pp. 158-181.