

Секция «Современная политическая коммуникация: новые модели и технологии»

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫМИ СОБРАНИЯМИ ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА РОССИИ

Научный руководитель – Аكوпова Татьяна Сергеевна

*Кондрашова Оксана Андреевна*

*Студент (магистр)*

Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, Ярославль, Россия

*E-mail: kondrashova.oksana.a@gmail.com*

Актуальность данной работы состоит в важности развития процесса коммуникации в политической сфере, как формы взаимодействия государства с обществом.

Стремительное развитие информационных технологий способствует проникновению Интернета во все сферы жизни. Он уже давно стал не просто средством получения и распространения информации. Интернет стал выполнять функции коммуникации в различных сферах жизни. Всё чаще его используют как площадку политической борьбы, как средство, позволяющее формировать личный бренд, как площадку для решения социальных проблем.

Современные технологии бросают некий вызов традиционным институтам и формам гражданского участия. Формирование различных форм и механизмов активности «online», использование Интернета в качестве одного из основных источников информации способствует его политизации.

На сегодняшний день большое внимание в политической теории уделяется таким явлениям, как «электронное правительство», «интернет-голосование», возможность наблюдения за ходом голосования в режиме «online». Одновременно с распространением интернет-технологий путем внедрения новых инициатив государством в последние годы Интернет все активнее используется в качестве неотъемлемого инструмента избирательной кампании.

В данном случае для нас интересен Интернет с точки зрения формирования информационной политики законодательных собраний регионов Центрального федерального округа, как одних из важнейших представителей власти.

В информационной сетевой среде изменение власти исходит от производителя к потребителю, и происходит перераспределение контроля и власти. В Интернете сбылась мечта Карла Маркса: инструменты и средства производства находятся в руках рабочих», - пишет профессор Деррик де Керкхове о социальных сетях [4, с. 123-132].

Социальные сети начали играть важную роль в коммуникации не только среди обычных пользователей, но и стали местом для «диалога» общества и власти. Нахождение представителей органов власти в социальных сетях помогает формировать нужный для них имидж и освещать свою деятельность непосредственно от первого лица. По комментариям в социальных сетях и под материалами в различных блогах можно выявить наиболее острые и актуальные проблемы людей, а также проследить реакцию общества на те или иные политические решения. По мнению исследователя новых медиа и основателя лаборатории Software Studies Initiative Льва Мановича, именно такую модель взаимодействия государства и общества через сеть на сегодня можно назвать самой оптимальной из существующих [3].

Социальные сети стали прямым каналом коммуникации между властью и обществом. Медийный ландшафт изменился, и поэтому важно изучить, каким образом политики используют социальные сети, и найти эффективный механизм для формирования/поддержания имиджа политического деятеля.

Социальные сети превратились в качественный инструмент политики и в основном используются специалистами для манипулирования общественным мнением. Политические деятели и законодательные собрания, используя SMM, обеспечивают себе формирование эффективного политического имиджа и большую поддержку электората. Профиль в свою очередь должен быть уникален, и в то же время похож на свой электорат.

В социальных сетях данный аспект раскрывается полностью, когда пользователь видит, что законодательное собрание регулярно обновляет событийную ленту, оперативно и по существу отвечает на задаваемые вопросы, доверие к нему повышается [1, с. 246].

Наиболее подробно остановимся на использовании интернет-платформ законодательными собраниями Центрального федерального округа.

По данным сайта «Brand analytics» сегодня в России самые популярные следующие социальные сети: Facebook, Instagram, ВКонтакте, Одноклассники, Twitter. Именно их наличие рассматривалось среди законодательных собраний ЦФО.

Проанализировав наличие страниц и профилей в социальных сетях законодательных собраний Центрального федерального округа, а также наличие собственного интернет-ресурса для размещения информации (рис. 1), были сделаны следующие выводы: самая популярная интернет-площадка для освещения деятельности законодательными собраниями ЦФО - это веб-сайт; вторая по популярности интернет-платформа - социальная сеть Facebook. В данной сети имеют страницы 18 из 18 регионов. Однако, 3 законодательных собрания не ведут аккаунты - это Воронежская областная Дума, Смоленская областная Дума и Курская областная Дума.

Группа или страница в социальной сети ВКонтакте есть у 15 из 18. 10 из 18 законодательных собраний имеют аккаунт в Инстаграме. В социальной сети Twitter зарегистрированы два законодательных собрания - Московская областная Дума и Московская городская Дума. Только одно законодательное собрание представлено в социальной сети Одноклассники - это Московская областная Дума.

В рамках исследования были выявлены законодательные собрания с максимальной и минимальной представленностью на интернет-платформах. Лидером по представленности в сетях стала Московская областная Дума, которая имеет аккаунты в следующих социальных сетях: Facebook, Instagram, ВКонтакте, Одноклассники, Twitter. Также в лидерах оказалась Московская городская Дума, уступает МосОблДуме отсутствием группы в Одноклассниках.

Наиболее популярные среди подписчиков законодательные собрания по суммарному количеству подписчиков на интернет-платформах оказались Московская областная, Московская городская Дума и Ярославская областная Думы (рис. 2).

По данным анализа наличия и ведения страниц мы видим, что далеко не все законодательные собрания уделяют должное внимание ведению социальных сетей. Составив рейтинговую таблицу (рис. 1) всех законодательных собраний Центрального федерального округа, можно прийти к выводу о том, что те заксобрания, которые ведут социальные сети выглядят гораздо выигрышнее по сравнению с теми, кто не занимается построением имиджа в Интернете. Ведь как говорилось ранее, соцсети - это новый инструмент взаимодействия с населением и рычаг, влияющий на политические процессы. Усиление роли сетей и медиа является общемировой тенденцией.

## Источники и литература

- 1) Ефимова И.Н. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности / И.Н. Ефимова, А.В. Маковейчук // Известия АГУ. 2012. № 41. С. 246

- 2) Коломиец В.П. Медиатизация – социальный тренд // Философия коммуникативного пространства: расширяя галактику: материалы Междунар. науч.-практ. конф. к 100-летию со дня рождения Герберта Маршалла Маклюэна. М., 2012. С. 51–56
- 3) Тодоров В. Соцсети с неизвестным результатом [Электронный ресурс] / Газета.ru, 2015. Режим доступа: [http://www.gazeta.ru/tech/2015/07/03/6865753/manovic\\_interview.shtml](http://www.gazeta.ru/tech/2015/07/03/6865753/manovic_interview.shtml)
- 4) Andrejevic M. Public Service Media Utilities: Rethinking Search Engines and Social Networking as Public Goods / Media International Australia, 2013. Vol. 146. No. 1. P. 123–132
- 5) В эпоху визуальных данных главным навыком остается умение искать сюжет [Электронный ресурс] // Digit. URL: <http://www.digit.ru/business/20131029/407369911.html>

### Иллюстрации

Заксобрание/платформа	Веб-сайт	FB	Inst	VK	OK	Тwi
Белгородская областная Дума	+	+	+	+		
Брянская областная Дума	+	+	+	+		
Законодательное Собрание Владимирской области	+	+	+	+		
Воронежская областная Дума	+	+	+	+		
Ивановская областная Дума	+	+	+	+		
Законодательное Собрание Калужской области	+	+		Не ведут		
Костромская областная Дума	+	+	+	+		
Курская областная Дума	+	Не ведут				
Липецкий областной Совет депутатов	+	+		+		
Московская областная Дума	+	+	+	+	+	+
Орловский областной Совет народных депутатов	+	+		+		
Рязанская областная Дума	+	+	+	+		
Смоленская областная Дума	+	Не ведут				
Тамбовская областная Дума	+	+	+	+		
Законодательное Собрание Тверской области	+	+		+		
Тульская областная Дума	+	+				
Ярославская областная Дума	+	+		+		
Московская городская Дума	+	+	+	+		+

Рис. 1. Таблица наличия веб-сайта и социальных сетей среди законодательных собраний Центрального Федерального округа России

Место	Заксобрание	Сумма кол-ва подписчиков
1	Московская областная Дума	22084
2	Московская городская Дума	5305
3	Ярославская областная Дума	4802
4	Белгородская областная Дума	3737
5	Законодательное Собрание Владимирской области	3580
6	Брянская областная Дума	2143
7	Костромская областная Дума	2049
8	Липецкий областной Совет депутатов	1979
9	Орловский областной Совет народных депутатов	1668
10	Воронежская областная Дума	1616
11	Рязанская областная Дума	1536
12	Законодательное Собрание Тверской области	1480
13	Ивановская областная Дума	1420
14	Тамбовская областная Дума	1149
15	Законодательное Собрание Калужской области	525
16	Смоленская областная Дума	38
17	Тульская областная Дума	1
18	Курская областная Дума	0

**Рис. 2.** Рейтинговая таблица по суммарному количеству подписчиков среди страниц законодательных собраний Центрального Федерального округа России