

Секция «Политическая коммуникация в цифровом обществе: новые тенденции и их осмысление»

**Интернет - коммуникация российских губернаторов в социальных сетях как новая тенденция современного общества.**

**Научный руководитель – Селезнева Антонина Владимировна**

***Усикова Екатерина Андреевна***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра социологии и психологии политики, Москва, Россия

*E-mail: usickowa.ekaterina@yandex.ru*

Новая формация общества начала зарождаться в середине 1950-х годов. Разработанные в этот период новые сложные технологии вызвали скачкообразный рост создания, распространения и хранения информационных массивов. Внедрение систем глобальной теле- и радиосвязи позволило не только доставлять информацию до получателя практически в реальном времени, но и значительно увеличить число отправителей, создателей информационных продуктов.

Технические возможности, безусловно, существенно выросли. Это в свою очередь привело к противоречивому процессу самоограничения аудитории в выборе информационных продуктов. Важно отметить, что этот процесс начался задолго до последовательной цифровизации коммуникативных каналов[1]. Так, бытовые телевизоры уже давно позволяют принимать десятки телеканалов, но в реальности среднестатистический телезритель создаёт для себя набор из 5-8 телеканалов и считает такой минимум достаточным. Такую же обстановку в настоящий момент мы можем наблюдать и по просмотру сайтов в Интернете. Среди десятков миллионов сайтов, дающих доступ практически к любой открытой информации, человек ограничивает себя необходимым минимумом. Противоречие между стремлением к минимизации коммуникационных каналов получателем и стремлением отправителя к увеличению охвата своего сообщения привело к качественным изменениям информационного пространства и моделей коммуникации[2].

Произошёл переход от преимущественно линейного распространения информации к сочетанию линейного и сетевого распространения. Казалось бы, линейная форма коммуникации посредством масс медиа позволяет охватить многомиллиардную аудиторию, но в реальности событий, привлекающих всеобщее внимание, не так уж и много. Согласно Лассуэллу, массовая коммуникация представляет собой линейный, однонаправленный, целеориентированный процесс воздействия на аудиторию через средства массовой информации[3]. Аудитория при этом представляет собой массу атомарных индивидов, изолированно потребляющих информацию по вертикальным каналам, что снижает критичность восприятия информации и открывает простор для манипулирования. Сетевые сообщества, таким образом, становятся «виртуальным инструментом общественного давления на сознание человека и способом управления органов власти. В современном мире процесс сетевой коммуникации значительно упростился. Практически с самого начала появления возможности интернет - коммуникаций между участниками стали складываться сообщества.

Российская политическая действительность каждый день направлена на то, что губернаторы все больше используют социальные сети для общения с общественностью. Примером такого выхода в социальную сферу можно считать объявление выходным днем в регионе 31 декабря 2021 года по результатам опроса населения, который был устроен не на

официальных сайтах Правительства, а в его странице Instagram. Для российских губернаторов становится значимой практика использования социальных сетей для освещения результатов своей деятельности, планов, ответов на комментарии общественности, принятия решения на основании обратной связи от населения. Также огромные усилия со стороны губернаторов направлены на то, чтобы подчиненные и другие чиновники различного уровня также максимально выражали активность на уровне взаимоотношений с населением в социальных сетях. Так, Александр Дрозденко, губернатор Ленинградской области, заведя страницу в Instagram[4], через год пользования указал на необходимость регистрации в социальной сети всех глав администрации первого и второго уровня.

В целом, началом присутствия губернаторов в российских сетях является 2009 год. Именно тогда многие политики сориентировались на опыт Дмитрия Медведева, который находился в тот момент на посту президента Российской Федерации. Его первые записи в публичном пространстве появились в Живом журнале.

Перед губернаторами задачи активизации уровня общения с общественностью была поставлена на федеральном уровне. Продиктовано это тем, что на сегодняшний день рейтинг институтов власти существенно снизился. Необходимо приближать власть к народу, а наиболее результативно это может быть достигнуто посредством использования активного общения, что, в свою очередь, результативно реализуют социальные сети.

#### Источники и литература

- 1) Кастельс М. Галактика Интернет. Размышление об Интернете, бизнесе и обществе.- 2004. – С.143-151.
- 2) Шарков Ф.И. Интернет и масс-медиа: локальный дискурс в сетевых и массовых коммуникациях // Коммуникология. – 2014. – Т. 8, № 6. – С. 16–18.
- 3) Lasswell H.D. The structure and function of community in society // The Communication of Ideas / Ed. By L.Bryson. N.Y., 1948. P. 37-51
- 4) РИА Новости // Дрозденко: общение в соцсетях помогает оперативно решать проблемы // [Электронный ресурс] <https://ria.ru/20201207/drozdenko-1588054201.html>