

Роль цифровых средств массовой коммуникации в сопровождении деятельности парламентских партий современной России

Петров Роман Сергеевич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: petrov84991@gmail.com

Актуальность выбранной темы близка каждому гражданину нашей страны, так как из-за бурных перемен в мире растёт интерес людей к деятельности политических институтов и их трансформациям. Политические знания важны любому человеку. Без обладания такими знаниями личность рискует стать разменной монетой в политической игре.

Значительную роль в жизни современных обществ играют политические партии. Они являются одним из важнейших субъектов политических отношений в обществе.

Политический процесс за последние десятилетия претерпел значительные изменения [Самсонова, Шпуга, 2016: 15-30], особенно когда произошёл «переход» в информационный XXI век [Кин, 2015].

«Борьба за политическую власть сейчас - это не борьба партийных организаций или конкуренция программ действий. Это борьба образов - политических имиджей - политических лидеров» [Иванов, 2002: 45, Липень, 2022: 31-37]. А подобная специфика характерна для российской политической системы. Именно здесь возникает вопрос о взаимосвязи политики и СМИ [Ковальчук, 2019: 58-67, Чижов, 2016: 313-338, Азаров, Бродовская, Лукшин, 2021: 77-83].

В политической науке существуют различные подходы и концепции, определяющие сущность, функции и типологии политических партий [Sartori, 1976, Beume, 1985, Вебер, 1990, Юм, 1996, Токвиль, 2000, Дюверже, 2013]. Но в каждой стране имеется своя специфика деятельности партий, поэтому они могут приобретать новые функции, тогда их деятельность будет не всецело направлена на политику [Подъячев, 2014: 129-134].

Поэтому мы не знаем, чем сегодня являются партии, не очень хорошо представляем, как сформировавшиеся в России политические партии могут функционировать в современном обществе, при массовом распространении сетевых информационных технологий, интернационализации политических процессов и тому подобного.

Объектом исследования является деятельность политических партий в России.

Предметом исследования - роль сетевых форм массовой коммуникации в деятельности парламентских партий современной России.

Цель исследования - определить, каким образом различные формы массовых коммуникаций оказывают воздействие на деятельность парламентских партий современной России.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие **задачи**:

1. Проанализировать классические и современные теории политических партий, их структуру и деятельность.
2. Исследовать особенности политических партий современной России.
3. Охарактеризовать сетевые формы массовой коммуникации, особенности их деятельности в современной России.

4. Выяснить, каким образом политические партии заявляют о себе в сетевом пространстве.
5. Провести сравнительный анализ деятельности партий в
6. Выявить механизмы воздействия сетевых форм массовой коммуникации на способы выражения деятельности парламентских партий современной России.

В ходе исследования применяются следующие научные методы: логический, сравнительный, описательный и историко-сравнительный метод, дающий возможность проанализировать политические партии и их характерные черты, особенности деятельности на разных исторических этапах. Одним из основных методов будет вторичная концептуализация первичных данных - научных работ, статей, книг, исследований, посвящённых политическим партиям и формам массовой коммуникации, а также политическому лидерству. Структурно-функциональный анализ позволит рассмотреть политические партии как целостную конструкцию с определёнными элементами и формами влияния. Применение метода описания случаев. Сравнительный метод.

Источники и литература

- 1) Азаров А. А., Бродовская Е. В., Лукушин В. А. Цифровые сообщества новых политических партий в России (2020 г.) / А. А. Азаров., Е. В. Бродовская., В. А. Лукушин // Власть. - 2021. - Том. 29. - № 1. - С. 77-83.
- 2) Вебер, М. Избранные произведения / М. Вебер; перевод с немецкого Ю. Н. Давыдов. - Москва: Прогресс, 1990. - 804 с.
- 3) Дэвид, Юм. Сочинения. О партиях вообще / Юм, Дэвид; перевод Лагутина Е. С. - Москва: Мысль, 1996. - Т. 2., С. 511-518.
- 4) Дюверже, М. Политические партии / М. Дюверже; перевод с французского Л. А. Зимина; 5-е издание. - Москва: Гаудеамус: Академический Проект, 2013. - 540 с.
- 5) Иванов, Д. В. Виртуализация общества = Virtualization of society: Версия 2.0 / Д. В. Иванов; Центр "Петербург. востоковедение". - Санкт-Петербург: ПВ, 2002. - 213 с.
- 6) Кин, Джон. Демократия и декаданс медиа / Джон Кин; перевод с английского Дмитрий Кралечкин. - Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2015. - 308 с.
- 7) Ковальчук, С. К. Виртуальная коммуникация в политическом пространстве современных государств // Вестник Московского университета. Серия 27. Глобалистика и геополитика. - 2019. - №2. С. 58-67.
- 8) Липень С. В. Аспекты виртуализации политической жизни и виртуальное государство в современных юридических исследованиях // Актуальные проблемы российского права. - 2022. - №1 - С. 31-40.
- 9) Подъячев, К. В. К вопросу о роли политических партий в системе государственного и муниципального управления в регионах России / А. И. Подъячев // Власть. - 2014. - Том. 22. - № 10. - С. 129-134.
- 10) Самсонова, Т. Н., Шпуга, Е. С. Политическое лидерство перед вызовами современности / Т. Н. Самсонова, Е. С. Шпуга // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. - 2016. - №4. - С. 15-30.
- 11) Токвиль, А. Демократия в Америке = De la democratie en Amerique / Алексис де Токвиль; Перевод В. Т. Олейника. - Москва: Весь мир, 2000. - 559 с.

- 12) Чижов, Д. В. Формирование имиджа российских политических партий в сети Интернет // Мониторинг. - 2016. - №1. - С. 313-338.
- 13) Веуме, К. Political Parties in Western Democracies / К. Веуме. - New York: St. Martin's Press, 1985. - 444 с.
- 14) Sartori, G. Parties und Party Systems; Framework for Analysis / G. Sartori. - New York: Cambridge University Press, 1976. - 370 с.