
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПОСТСОВЕТСКОЙ СИБИРИ

DOI 10.17150/978-5-7253-3085-4.24

И.С. ШИРОКОВ

УДК 32.019.5

ББК 66.04

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВА И ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ НА ПРИМЕРЕ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

В статье исследуются возможности политической коммуникации в рамках интернет-пространства. Рассматривается один из трех предложенных путей развития политической коммуникации. Анализируются особенности взаимодействия органов государственной власти, глав регионов и муниципалитетов в социальных сетях. Делаются выводы о дальнейшем развитии политической коммуникации.

Ключевые слова: политическая коммуникация, политический контент, интернет-пространство, социальные сети, блогосфера.

I.S. SHIROKOV

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE INTERNET SPACE AND POLITICAL COMMUNICATIONS IN SOCIAL NETWORKS ON THE EXAMPLE OF THE SIBERIAN FEDERAL DISTRICT

The article explores the possibilities of political communication within the Internet space. One of the three proposed ways of developing political communication is considered. The features of interaction between state authorities, heads of regions and municipalities in social networks are analyzed. Conclusions are drawn about the further development of political communication.

Keywords: political communication, political content, Internet space, social networks.

На сегодняшний день анализ использования политической коммуникации во взаимодействии с онлайн технологиями показывает значительную динамику функциональных изменений. Возможности интернет-технологий находят свое применение в государственном управлении и помогают в реализации потенциала электронного народовластия.

Исходя из этого, представляется возможным несколько путей развития интернет пространства в ближайшей перспективе.

Одним из таких путей является развитие коммуникационной инфраструктуры, включая развитие каналов массовой коммуникации и информационных онлайн ресурсов с целью создания и распространения политического контента.

Еще одна тенденция к развитию связана с монополизированием коммуникационного пространства, находящегося под управлением небольшой группы людей, владеющих СМИ или социальными сетями. На сегодняшний день монополизируются возможности влияния на онлайн пространство при помощи социальных сетей и таких платформ как Google, Dropbox, Instagram, Yahoo, YouTube, Facebook, Twitter, TikTok. При этом глобальные информационные сетевые ресурсы отслеживают предпочтения пользователей и предлагают им подходящую информацию. При помощи интернет-ресурсов возможно анализировать публичные данные и записи социальных медиа, включая социальные сети и блогосферу, популярные новостные Интернет-ресурсы для последующего продвижения общественно-политических идей.

Одновременно со склонностью к монополизации развивается тенденция к анонимности в сети. Все большую популярность набирают сервисы безопасного и анонимного общения пользователей друг с другом такие как Snapchat, DuckDuckGo, сервис анонимных коммуникаций Silent Circle.

Основой первого пути развития интернет пространства является понимание категории политического контента. Политический контент можно рассматривать как часть отраженной сознанием акторов социально-политической действительности и воспроизведенной в вербальной и невербальной формах. Такая информация образует информационно-новостное поле, складывающееся из дискретных сообщений, посредством которых взаимодействуют социально-политические акторы публичной сферы [1].

Для описания структуры политического контента в интернете лучше всего подходит функциональный подход. Методология подхода заключается в следующем: при изучении или объяснении какого-либо элемента необходимо учитывать функции, которые выполняет этот элемент. При этом, как один и тот же элемент может выполнять несколько функций, так и функция может выполняться несколькими элементами. Более того, функциональный подход рассматривает политические отношения не только со стороны власти и управления, но и в двустороннем аспекте: как взаимное разделение полномочий между участниками политической жизни. Таким образом функциональный подход признает политику самостоятельной и профессиональной деятельности в общества. Такой подход получил свое развитие в 1940-1960-х гг., и связан с именами Р. Мертон, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэлл.

Интересен Российский подход к пониманию интернет пространства. Он связан с вопросами национальной и информационной безопасности.

В «Концепции внешней политики РФ» закреплены современные реалии, в соответствии с которыми Россия выступает за создание правовых норм и порядка поведения в сфере обеспечения информационной безопасности на международном уровне. В соответствии с концепцией страна принимает необходимые меры для обеспечения национальной и международной информационной безопасности, противодействия угрозам государственной, экономической и общественной безопасности, с применением информационно-коммуникационных технологий, противодействует их использованию в военно-политических целях, не соответствующих нормам международного права [2].

Политический интернет-контент можно разделить на такие типы как: новостной; имеджевый; развлекательный, агитационный, предвыборный и аналитический. На примере Сибирского федерального округа (СФО) новостной тип интернет-контента преобладает на сайтах информационных агентств и веб-порталах, социальных сетях. К таким сайтам относятся следующие: sibkrai.ru, novo-sibirsk.ru, sia.ru, atas.info, nsknews.info, vk.com/typical_nsk, www.omskinform.ru, vk.com/omsk_live, www.om1.ru, ngs24.ru, www.irk.ru, ircity.ru и многие другие. Основным содержанием таких сайтов остаются новости конкретного региона, повестка дня, реклама. Так же содержание насыщено предвыборной информацией. Так, например, Информационный портал irk.ru публикует информацию о кандидатах, принимающих участие в выборах. Осенью 2021 г. опубликован обзор кандидатов по Иркутскому одномандатному избирательный округ № 93, портал «Актуальный Омск» размещает информацию о кандидатах в Госдуму-2021 от Омской области, схожую информацию относительно своих регионов содержат сайты новостных агентств Новосибирска, Красноярска, Барнаула и других крупных населенных пунктов. На сайтах такого формата (за исключением социальных сетей) отмечается пониженная обратная связь с населением.

Сайты информационных агентств относятся к сетевым СМИ. В свою очередь размещение агитационной информации (агитационного контента) на сайтах не являющимися интернет СМИ регулируется в соответствии с положениями статьи 54 Федерального закона № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». Кандидаты, избирательные объединения вправе беспрепятственно распространять, в том числе в информационно-телекоммуникационных сетях, включая сеть «Интернет», печатные, аудиовизуальные и иные агитационные материалы. Такие материалы в преддверии выборов ежегодно публикуются в городских и региональных сообществах социальных сетей. Согласно опросу всероссийского центра изучения общественного мнения 62 % опрошенных используют социальные сети хотя бы раз в неделю, 45 % пользуются каждый день.

Социальные сети остаются важным элементом онлайн-пространства; Любой публичный участник онлайн пространства должен в той или иной мере отражать свою деятельность в социальных сетях.

Во всех случаях пользователи социальных сетей вовлечены во взаимодействие на четырех уровнях – использование информации (просмотр и чтение), наблюдение за происходящими событиями при помощи социальных сетей (фильтрация, оценка, комментирование контента), создание контента и сотрудничество (совместное создание контента разными пользователями). Создание контента и постоянное наблюдение обеспечивает высокий уровень интерактивности и возможность не только потреблять, но и создавать и модифицировать информацию. В этом заключается ключевая особенность социальных сетей.

Тенденции развития политической коммуникации в интернет пространстве хорошо отражены на примерах региональных сообществ в социальных сетях. В Facebook сообщество «IRK.ru – твой Иркутск» публикует предложения, выдвинутые городской думой, решения, принимаемые на федеральном и региональном уровне, новости региона. Общедоступная группа в Facebook «Новосибирск» содержит обсуждения проблем, новостей и достижений Новосибирска, включает в себя мнения, комментарии, обсуждения. Социальная сеть Instagram содержит страницы городских сообществ с высоким уровнем интерактивности. На активно читаемой странице горда Омска в Instagram «gorod_omsk» ежедневно публикуются и обсуждаются материалы политического содержания: решения городской думы, планируемые проекты и новости города. В высказывании своей позиции по каждому опубликованному материалу может принять участие любой зарегистрированный пользователь в Instagram. Аналогичные городские пользовательские сообщества или официальные группы в социальных сетях существует практически у каждого города. Наиболее популярные «krasnoyarsk_official» (Instagram), «kemerovoadmin» (Facebook), barnaul_official (Facebook), barnaul.insta (Instagram), insta.tomsk (Instagram), «Типичный Норильск» (ВКонтакте), norilsknews (Facebook) и многие другие.

Официальным каналом коммуникации с населением для пресс-служб органов государственной власти остаются официальные средства массовой информации. При этом существуют примеры, получившие обсуждение общественно политических решений, планов улучшения благоустройства региона и формирование комфортной городской среды в социальных сетях. Можно отдельно выделить страницы социальных сетей глав Алтайского края, Республики Хакасия в Instagram. На странице публикуется новостная информация о проделанной работе, о планах основных мероприятий и другое. Уникальность заключается в обратной связи со стороны администрации, министерств, губернатора, в ответ на комментарии граждан на публикуемую информацию.

Уникальным инструментом для продвижения информации и привлечения целевой аудитории в социальных сетях считаются хештеги. В социальных сетях отмечается частое использование пользователями такого инструмента. «Hashtag» представляет собой текстовую метку, используемую при поиске, такая метка помогает связывать между собой тематически публикации (серии постов). Такой инструмент может использоваться не только как фильтр или инструмент быстрого поиска, но и как механизм легитимации политического режима, механизм манипулирования [3].

Согласно исследованиям Digital 2022 Global Overview Report, более 62,5 % мирового населения пользуются интернет-пространством [4]. В России число пользователей социальных сетей составляет 99 млн. или 67,8 % населения страны.

По данным исследовательского холдинга Romir Single Source Panel на 2022 г. лидером по охвату населения в России стала социальная сеть «ВКонтакте», набрав 41,7 % аудитории. На втором и третьем месте находятся «Instagram» и «TikTok» с охватом аудитории в 40,6 %, и 20 % соответственно [5].

Отдельно оцениваются министерства и муниципалитеты. Согласно рейтингу медиаактивности и информационной открытости в СФО по данным «ФедералПресс» к марту 2021 г. наиболее активным губернатором стал глава Иркутской области (в рейтинге по числу упоминаний в социальных сетях глава региона находился на 25 месте в стране). На втором и третьем месте главы Кузбасса и Омской области, Алтайского края. Главы регионов в современных условиях вынуждены не только отвечать на внешние, не всегда приятные раздражители, но и формировать собственную повестку в том числе при помощи интернет-пространства. С целью мотивировать органы власти активно вести социальные сети и повышать качество коммуникации с населением центр управления регионом (ЦУР) составляет ежеквартальный рейтинг. Такой рейтинг отдельно оценивает работу министерства и муниципалитетов. В Сибирском федеральном округе, в Новосибирской области ЦУР начал работу 26 января 2020 г. по поручению Президента РФ.

В эпоху интернета и динамичного развития социальных сетей главы регионов, министерств и ведомств могут легко преодолевать географическую и социальную дистанцию, выражать свое мнение и мысли в социальных сетях, а также вести диалог с обычными гражданами для понимания их потребностей и идей. Одновременно с этим обеспечивается минимальная информационная поддержка со стороны государственных служащих не равнодушных к вопросам граждан, задаваемый на страницах чиновников в социальных сетях. Все это расширяет совместное гуманитарное пространство. Все чаще информационные потребности

удовлетворяются при помощи ленты новостей в социальных сетях, на втором плане остаются официальные сайты министерств и ведомств, официальные сайты информационных агентств.

Список использованной литературы и источников

1. Рябченко Н.А. Управление политическим контентом в социальных сетях в период предвыборной кампании в эпоху постправды / Н.А. Рябченко, О.П. Малышева, А.А. Гнедаш // Полис. Политические исследования. – 2019. – № 2. – С. 92-106.
2. Концепция внешней политики Российской Федерации // Информационно-правовой портал Гарант. – 12.02.2013. – URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70218094> (дата обращения: 19.01.2022)
3. Федорченко С.Н. Хештеги: механизм легитимации политического режима или манипулятивная ловушка / С.Н. Федорченко // Observer. – 2019. – С. 24-41.
4. Digital 2022 Global Overview Report // Datareportal. – 26. 01. 2022. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> (дата обращения: 24.01.2022)
5. Ромир определил самую популярную соцсеть по итогам января // Romir. – 07.02.2022. – URL: <https://romir.ru/studies/romir-opredelil-samuyu-populyarnuyu-socset-po-itogam-yanvarya> (дата обращения: 24.01.2022)

Информация об авторе

Широков Иван Сергеевич – аспирант кафедры международных отношений и таможенного дела Байкальский государственный университет Российская Федерация, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: shirokov.iw@yandex.ru

Author

Ivan S. Shirokov – Postgraduate, Department of International Relations and Customs Baikal State University 11, Lenin st., Irkutsk, 664003, e-mail: shirokov.iw@yandex.ru